

# 《阶梯式销售技术》课程大纲

## 课程适合的企业

- 1-企业的该产品知名度低于 50%
- 2-产品的销售周期高于三周时间
- 3-产品拥有一定的知识技术含量
- 4-产品的适用行业或人群比较窄
- 5-产品使用的企业采购决策人多
- 6-销售过程中需要支持的部门多

## 课程介绍

在同等的销售管理状态下，销售人员的业绩低落或者徘徊不前，主要的原因是因为销售者的天赋，心态和专业技能的缺乏而导致的。超过 80%的销售人员在销售前期和中期投入了大量精力，但最终的签单率极不理想，很少有销售经理能够知道销售人员到底在哪个销售环节出了问题，唯一能做的就是事后的责备，其根本原因在于对大客户的购买循环流程知之甚少，以自我销售为中心的销售方法严重阻碍了销售进程的流畅度，同时也造成了客户再次开发的困难。现在，你应该重新整理自己的思路和销售步骤运用阶梯式销售技术，一步一个脚印地跨上 7 极台阶，切实把握每一个客户的最终签单距离。

大客户销售代表在销售过程中面临着一些共性问题，如销售人员的问话技术不专业，客户的潜在需求不清楚，大客户的拒绝频率较高，客户资料 and 实际状况不符；大客户的开发周期过长，与大客户的谈判代价过高；…

本课程是专门针对大客户销售代表设计的。它可以帮助销售型企业解决三大核心问题：如何让销售人员确实认识到自己的困境和问题所在，从真正的意义上进入销售，调整心态，认同销售目标；如何选择目标客户，识别客户的行为风格和身体语言的观察法；如何运用专业的阶梯式销售技术和 7 步流程去有效地开发大客户并且能够验证自己的结果是否正确；

课程的核心流程是：客户购买的开始点在那里？大客户的采购流程是怎样的？——拜访大客户前你要做什么样的准备？——如何分析和界定大客户的真正需求点？——大客户的购买准备度处在什么阶段？——如何实现最后的销售签单？

**数据呈现** ✘ 大客户在整个销售过程中最喜欢和最害怕什么？

**课堂试做** ✘ 你的销售流程在什么地方出现什么样的阻碍问题？

**动作跟进** ✘ 在每个销售循环过程中，你要对应地采用什么方法？

## **课程收获**

1. 认识优秀销售者具备的 5 种维生素
2. 识别大客户的 4 种行为风格表现
3. 观察大客户的身体语言 SPEED 方法
4. 学会 9 方格销售循环问题解决模型
5. 掌握 7 个销售阶梯的进度验证方法

## **课程内容**

### **序言部分：大客户销售的最基本定律 (90min)**

- 什么是销售的机会点和控制点
- 大客户销售的情境流畅度
- 销售控制的金字塔原理
- 大客户销售的 4 大定律

### **第一部分：进入真正的销售状态(150min)**

- 销售者的心态调整和目标认同
- 优秀销售的 5 种维生素展现
- 销售人员的 4 种结果表现
- 销售者自我管理的“5 个己字”

### **第二部分：充分认知大客户的状况(150min)**

- 大客户的分类标准
- 大客户的 SPEED 观察

- 大客户的 4 种行为风格
- 售前规划的 4 大要素准备
- 如何实现销售的情境流畅度

### **第三部分：通盘了解销售循环流程(120min)**

- 销售角度的销售流程
- 大客户角度的购买流程
- 以问题为中心的销售流程
- 销售循环的 7 个步骤控制

### **第四部分：掌握顾问式销售技巧(260min)**

- 售前规划 4 大要素
- 引发兴趣的 3 步曲
- 聚-泛光法则
- SPIN 问话技术
- 3 元产品解说法
- FABE 有效诉求
- 确认/复印法则
- 请求/沉默法则
- 异议处理柔道法