

项目型销售策略和技巧

参加对象：销售总监、销售经理、客户经理、分公司经理、区域经理、高级销售经理、资深销售人员、即将成为主管（或销售经理）的人员等。

课程收获：

- ◇ 使学员建立起项目性销售的里程碑管理思维，掌握阶段工作任务和标准，掌握实战销售策略，迅速提升销售策略与技巧运用能力，继而提升销售业绩；
- ◇ 在培训过程中一方面调动学员学习基本理论和课堂案例，另一方面又引导学员对自己亲身经历的案例进行回顾与分析，使理论与实战融会贯通。

课程特色：

- ◇ 本课程专门针对仪表、电气自动化、暖通空调、机械设备、泵阀、IT集成、汽车及零配件、工程承包、建材等工业品行业量身定制，全部案例采用工业品行业的案例，行业针对性强；
- ◇ 讲师具有多年跨国企业营销总监的实战经验，又有多年项目咨询总监的背景，理论高屋建瓴，策略博采众长，实战性指导性强；
- ◇ 课程通过实战案例展开讨论，结合实际工作中的问题最大限度启发学员思路，针对项目型销售过程中最关键的几个问题深入的展开，培训实效性强。

课程时间：两天

课程内容

第一讲 关于项目性销售

工业品营销的三种典型模式

项目性销售的定义

项目性销售的普遍困惑

第二讲 项目性销售的规律

【案例】一个失败的项目性案例

项目性销售失败的常见原因

项目性销售中技巧与策略的关系

项目性销售中过程与结果的关系

由客户采购流程导出项目销售流程

建立项目销售里程碑

进行里程碑管理的工具

第三讲 项目立项

收集项目信息的方法

项目立项的标准

几种特殊情况的立项原则

【案例】绝地反击

第四讲 初步接触

初步接触阶段四个工作任务及标准

客户采购组织分析

其他关键信息 (KI) 的收集

确定关键决策人 VITO (VITO, The Very Important Top Officer)

教练策略

【案例】依靠教练成功的两个经典案例

第五讲 技术突破

技术突破阶段的工作任务及标准

了解客户关键性需求

引导客户与屏蔽对手

技术交流的四重境界

参观考察的策略

【案例】技术交流的成功在于策划

第六讲 关系突破

关系突破阶段的工作任务及标准

客户关系发展的普遍规律

建立信任的基本原则

建立客户利益链接

了解客户内部政治

建立关系路线图

高层销售的策略与技巧

处理客户异议的原则和五种方法

【案例】向高层销售，事半功倍

第七讲 现场投标

现场投标阶段的工作任务及标准

八大投标竞争策略

现场投标策划

投标报价与风险控制

投标失利后的应对策略

【案例】经典竞标案例

第八讲 合同签订

合同签订阶段的工作任务及标准

双赢谈判策略

谈判中的报价技巧

项目性销售游戏：孤岛求生

