

《B2B 销售之搞定人》

【课程适用群体】

以企业型客户、大客户为主要销售对象的销售人员及管理人员、市场人员

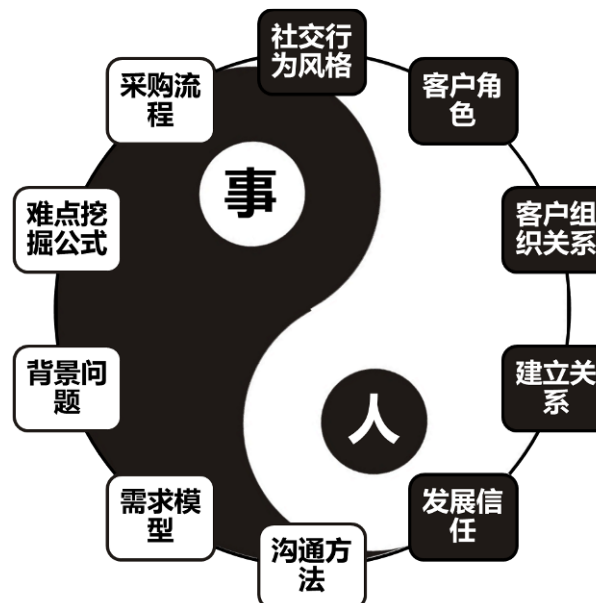
【课程开发背景】

- ✓ 销售人员看到了销售机会却无法深入客户、拿下订单；
- ✓ 在激烈的市场竞争中销售人员屡屡败给竞争对手却不得其所；
- ✓ 销售人员一味的要低价，靠低价取得订单；
- ✓ 面对复杂的销售态势销售人员不知如何下手，几乎每一个订单都需要销售经理去搞定；
- ✓ 往往销售人员见了几次客户，提供了解决方案，却迟迟无法推动销售进展；

【课程特色】

- ✓ 极强的生意思维，授人以鱼不如授人以渔，以实战案例、实战演练帮助培训对象掌握以客户为中心的顾问式销售思维；
- ✓ 系统的思维模式，看到不一定想到，想到不一定做到，做到不一定做成，做成不一定做好，影响结果的环节太多、太复杂，本课程以系统的方法论阐述课程要点，环环相扣；
- ✓ 实用的应用工具，好看不一定好用，好用一定要实用，这些应用工具都是被培训对象在实战中应用并且产生结果，老师会用的不是实用的好工具，学员会用的才是好工具；

【课程结构】



【课程收益】

- ✓ 形成以客户为中心的销售观念；
- ✓ 熟练使用销售人员必备的基本技能；
- ✓ 认清客户的社交行为风格，并运用合适的应对方法；
- ✓ 运用建立客户关系的方法和技巧；
- ✓ 熟练使用客户关系分析工具；
- ✓ 练习挖掘客户需求的方法与技巧；

【课程时长】

1天，7小时

【课程形式】

引导、讲授、视频、练习、讨论、模拟演练、角色扮演……

【课程大纲】

课程议题（一级大纲）	单元议题（二级大纲）	时长、收益	课程实施形式
1. 销售的认知 正确的销售认知才能够采取正确的销售行动，做到以客户为中心的销售才能更好的保证销售成功。	1.1 销售关键词象限引导 考察销售人员对销售的认知，引发销售人员对销售的正确认知和思考	▶ 1.0 小时 ▶ 引发销售人员对销售的正确认知和思考	▶ 引导 ▶ 小组讨论、点评
2. 销售之搞定人 找对人、做对事是保证销售成功的唯一选择，找对人、搞定人比做对事还重要。	2.1 社交行为风格 快速识别客户的社交行为风格特征，与客户搭建快速沟通的频道 ▶ DISC 社交行为风格 ▶ 社交行为风格应用于销售 2.2 客户角色	▶ 1.5 小时 ▶ 认清客户风格，调整沟通方法，快速建立关系 ▶ 1.0 小时 ▶ 认清销售棋	▶ 自我风格测试 ▶ 风格模拟扮演 ▶ 案例讨论

课程议题（一级大纲）	单元议题（二级大纲）	时长、收益	课程实施形式
	<p>认清客户的角色，把握销售中的人的作用</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 4种客户角色及社交行为风格 ➢ 客户角色的采购属性 <p>2.3 建立关系</p> <p>建立良好的客户关系，发展可靠地销售进程</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 发展信任 建立信任4法 八大话题 三层信息 ➢ 摸清利益 组织利益与个人利益关系 组织利益与个人利益焦点 客户利益需求金字塔 <p>2.4 客户组织关系结构图</p> <p>理清客户内部不同角色</p>	<p>局中各个棋子的角色及作用</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 1.0小时 ➢ 如何快速的与客户建立关系，发展信任，满足客户关注的利益，促进销售成交 ➢ 2.0小时 ➢ 通过对客户关系结构的分析认清销售形式，确定下一步销 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 视频 ➢ 练习 ➢ 综合练习 ➢ 讨论、点评 ➢ 互动游戏 ➢ 模拟演练 ➢ 测试

课程议题（一级大纲）	单元议题（二级大纲）	时长、收益	课程实施形式
	<p>之间的关系，分析销售态势</p> <ul style="list-style-type: none">➤ 客户组织关系结构图 V3.0客户关系定位客户内部关系关系图分析➤ 客户关系简易判断 <p>2.5 沟通联通人和事</p> <ul style="list-style-type: none">➤ 倾听听的问题倾听七言绝句倾听障碍➤ 提问真的会提问吗？提问的目的、逻辑、形式、内容乔·哈里窗➤ 表达金字塔结构化表达	<p>售发展方向</p> <ul style="list-style-type: none">➤ 0.5 小时➤ 销售作为一种特殊的沟通形式，销售人员必须运用好销售沟通中的基本技能	