

掘“金”之旅——销售实战粹炼术

课程背景：

营销管理者每天围绕的核心工作就是通过各种方法和手段提高营业单位的整体绩效，过去的传统方法，比方说：激励方案、PK赛、考核等，营销员已经非常习惯而且有些疲倦感，每月的启动大会内勤管理者也是挖空心思地想尽各种方法策划、组织，希望能调动营销员的销售热情，但实际效果并不理想。

讲师结合长达 17 年的亲身经历以及内、外勤 2 种身份的转换和销售实践，依据“行为事件访谈法”的核心理论为基础，以保险公司的顶尖销售人员、优秀管理人员的营销一线实践经验为核心开发了这套课程。

“行为事件访谈法”是一种开放式的行为回顾式探索技术，是揭示胜任特征的主要工具。这套科学的、行之有效的方法经过内化，结合有丰富营销经历、文字总结能力的内勤老师经过不断地访谈、总结、提炼，销售人员在反复试讲，专业的老师点评及修改，在反复确认最佳典范案例的成功核心要素确实是能经受住市场检验的方法后才形成“一招制胜”的方法，继而在队伍中推广学习并复制，以达到提升公司整体销售业绩的目的。

这套课程经过无数次的市场实践，合作过的机构不仅发现并培养了一批优秀的外勤讲师，基本上人人都能拥有至少一门分享课件；同时也积累、沉淀了一批优秀的内勤讲师，团队整体工作技能得到较大提升。

最重要的是，通过分享与复制，队伍的整体业绩都能有一定程度的提升。

课程收益：

- 通过学习掌握一门典范案例的萃取技术
- 外勤伙伴每人一个专属的销售实战课件
- 帮助机构批量培养一批典范案例萃取师
- 强化和提升内、外勤伙伴的职业忠诚度
- 由内而外带动营业单位整体的学习氛围

课程风格：

- 理论基础扎实：课程师出有名、技术含量高、专业知识过硬
- 实战经验丰富：讲师有 17 年的销售、增员、管理和培训经验
- 启发学员思考：萃取就是不断反思、回望、诊断、确认的过程
- 影响职业发展：更加坚定参训学员保险营销工作的从业信心

课程时间：3 天 2 晚，6 小时/天+晚上 3 小时

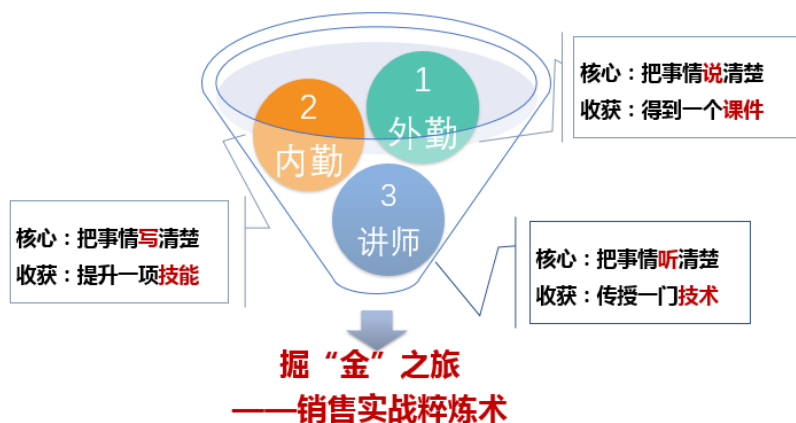
课程人数：30 人左右为最佳（内、外勤比例 1：1，即 15+15）

课程对象：各公司优秀外勤、内勤讲师或组训

课程方式：课程讲授 30%、案例点评与指导 50%、学员参与 20%

课程大纲

课程模型：



课程大纲

第一讲：掘“金”之旅——理念篇

一、关于组织学习

1. 组织学习在团队执行中的角色定位

2. 组织学习的基本逻辑

- 1) 在一个组织中一定存在着若干群组，每一个群组里的员工的胜任素质对绩效产生重大影响
- 2) 同一个群组内，专家级员工的绩效表现达到同一群组员工平均绩效的几倍、几十倍甚至上百倍
- 3) 专家级员工成功的关键要素是可识别和可复制的
- 4) 快速复制和传承专家级员工的成功关键要素，可以大幅度提高组织的绩效表现

3. 组织学习的基本功能

- 1) 发现
- 2) 提升
- 3) 分享
- 4) 复制

4. 组织学习的难点

- 1) 实现理念向专业技能的转换
- 2) 实现理念向实务流程的转换

5. 组织学习的核心要素

- 1) 发现专家级员工
- 2) 访谈专家级员工的任务
- 3) 总结和提炼专家级员工成功的关键要素并建立素质模型

6. 组织学习的基本步骤

- 1) 项目规划
- 2) 发现专家级员工
- 3) 访谈并提炼成功要素
- 4) 课程设计与开发

二、关于最佳实践典范案例

1. 最佳实践典范案例开发的意义

2. 最佳实践典范案例开发的基本流程

- 1) 分组与定义
- 2) 数据提取与分析
- 3) 拟访谈提纲
- 4) 初次访谈确定课程方向
- 5) 面谈及课程开发
- 6) 分享与点评

3. 最佳实践典范案例开发的主要角色

- 1) 最佳实践者的特征
- 2) 优秀访谈者的特征

三、课程的学习方法及注意事项

1. 案例萃取与典范分享的区别
2. 做案例萃取的心态

思考：谁是本次培训中收获最大的人？

第二讲：掘“金”之旅——技能篇

一、案例萃取的定义

1. 案例萃取的定义
2. 案例萃取的目的
3. 案例萃取达成的效果
4. 案例萃取要形魂兼备
5. 案例萃取的核心
6. 案例萃取的三个关键

二、案例萃取五步法

1. 事前准备

- 1) 技能准备
- 2) 数据准备

2. 初次访谈

- 1) 经典案例
- 2) 访谈成功的关键
- 3) 提问的逻辑
- 4) 目的及达成效果
- 5) 确定萃取方向

3. 形成初稿

4. 深度访谈

- 1) 目的
- 2) 注意事项
- 3) 采访流程
5. 形成终稿

三、案例萃取的标准

1. 选题窄而深
2. 用数字说话
3. 逻辑要可信
4. 清晰框架+真实案例
5. 视角不简单

四、课件呈现的要求

1. PPT：高桥流
2. 注意事项
3. 基本框架

结束语：一个好的典范案例课件要高度重视、关注每一个细节！

第三讲：掘“金”之旅——演示篇

一、个人行销访谈（单件大单）

1. 萃取方向
2. 重点关注
3. 访谈流程

二、个人行销访谈（件数）

1. 萃取方向
2. 重点关注
3. 访谈流程

三、组织行销访谈

1. 萃取方向
2. 重点关注
3. 访谈流程

第四讲：实操之初次访谈

一、下发最佳实践者的数据

二、确定萃取方向

1. 访谈老师根据数据分析得出自己的结论
2. 讲师根据数据指导并确定萃取方向

三、初次访谈

1. 根据萃取方向进行访谈
2. 做好录音
3. 列出大纲（至少到三级目录）
4. 讲师根据大纲给予指导，访谈老师开始制作初稿

第五讲：实操之第一次试讲

1. 最佳实践者依次发表
2. 讲师点评
3. 访谈师根据点评建议进行修改，出第二稿

第六讲：实操之第二次试讲

1. 最佳实践者依次发表
2. 讲师点评
3. 访谈师根据点评建议进行修改，出第三稿