

价值为王——超级售前训练（筑基篇）

课程背景：

云大物智移，信息社会悄然来临，所有的行业均主动或者被动地要求去拥抱新的技术，将新技术应用到老的场景当中，你的客户在成长，售前工程师作为产品技术价值的主要传递者，不仅要知其然，而且知起所以然。即要知道产品的“然”，更要知道“然”从何来，优势从何而来，设计上基于什么理念，架构上基于什么理念，技术上如何实现，就是售前要能说服客户，证明销售“所然”的可信性，增强产品在用户端的技术竞争力。

本课程系统地讲授售前的全流程工作方法，售前登场前应该准备的有效弹药，提升售前听说读写的价值传递能力，有效地进行高效的价值传递，掌握不同类型的招标方案的撰写方法，并与实际销售场景与销售流程相结合，妥善处理销售与售前的关系，让售前培养工作如身临其境，快速提升售前整体价值传递能力。

课程目标：

- 清晰售前工程师的职业定位及职责
- 掌握售前全套工作流程应用技巧
- 掌握售前表达的听说读写基本功
- 提高个人演讲感染力，使表达更具生动性和趣味性
- 提高方案呈现的销售能力，提升客户对销售呈现方案的信任感，确保销售的顺利进行
- 提升销售与售前的配合效率，提升销售和售前的整体战斗力

课程时间：2天，6小时/天

课程对象：面向客户的销售经理、渠道经理、售前工程师、产品培训师、方案讲解人员等。

课程方式：小组研讨+案例分享+角色扮演+模拟实战演练+实战点评；

课程要求：请企业准备课堂案例；小班教学，每班人数控制在40-80人以内。

课程大纲

第一讲：谋而后动——售前工作

一、售前工程师的定位

1. 售前人员的类型
2. 售前人员的职责
3. 售前人员的职业规划

二、从技术到售前的关键转变

1. 技术工程师思维的优劣势
2. 售前工程师需要具备的市场意识

三、售前知识体系及工作流程

1. 技术体系
2. 技能体系
3. 战略体系
4. 售前技术人员的能力模型
5. 售前标准工作流程

四、售前工作的准备

售前工具包：

1. 基本装备清单
2. 正合奇胜清单

3. 能力证实清单
4. 循循善诱工具
5. 情感安慰工具

练习：完善个人工具包

第二讲：问中求生——如何挖掘客户需求

一、客户需求分析

1. 客户需求常见词分析
2. 获取清晰的需求
3. 需求完整性排序
4. 多方共识需求

练习：回想词、粘搭词、创意词的分解

二、需求分析八步法

第一步：用户访谈

第二步：岗位职责

第三步：用户系统

第四步：用户场景

第五步：用户用例

第六步：功能需求

第七步：非功能需求

第八步：需求说明书

练习：制作需求说明书

第三讲：妙笔生花——撰写技术方案

一、技术方案设计

1. 结构化思考力
2. 技术方案的分类

二、技术方案的撰写方法

1. 项目概况

2. 现状分析

3. 总体设计

4. 功能设计

5. 实施方案

6. 构思总体框架图

7. 设计设备推荐表

工具：技术方案整体架构设计

模拟演练

第四讲：走向台前——技术方案演讲及呈现

一、四大技术方案演讲

1. 市场活动演讲
2. 客户现场演讲
3. 展示中心演讲
4. 测试环境演讲

模拟演练：技术方案演讲流程

二、三种产品演示环境

1. 主动搭建演示环境
2. 被动搭建演示环境
3. 投标演示环境

模拟演练：产品演示流程

第五讲：毕其功于一役——招标文件撰写注意事项

一、技术标文件编写的注意事项

1. 繁——字数较多、篇幅较大，对某项功能需求描述细致
2. 简——字数较少、篇幅较小，对某些功能需求描述简略
3. 明——倾向性明显、意向突出
4. 暗——倾向性模糊、意向隐晦
5. 浓——厂商味道、痕迹浓厚
6. 淡——厂商味道、痕迹稀薄
7. 险——效仿风格撰写

案例分析：多类型技术招标文件分析

二、商务标文件编写的要点

1. 评分标准如何设计
2. 证实材料如何选择
3. 企业资质如何表述
4. 主观分如何争取

演练：招标文件撰写

第六讲：兄弟同心，其利断金——售前与销售关系处理

一、售前人员与销售人员的工作定位

1. 售前与销售的工作内容对比
2. 售前与销售的目标对比
3. 售前与销售项目主导情况分析

工具制作：售前与销售工作内容分工表

二、常见 7 种售前与销售的工作配合

1. 技术交流
2. 方案输出
3. 招投标
4. 产品展示
5. 市场活动
6. 竞争分析
7. 关系维护

案例分析：谁该去送礼？

第七讲：换位思考——客户化的销售流程

1. 业务驱动
2. 分析问题
3. 启动项目
4. 设计方案
5. 评估供应商/确定供应商
6. 实施并评估