

# 影响式营销销售沙盘

## 课程背景：

对高速发展中的企业来说，优秀的一线营销人员和团队，快速增长的业绩，持续稳定的回款是企业现在和未来竞争力的首要保证。□

企业的成功经验能否顺利复制到其他相关领域？产品升级带来的服务升级能否跟上市场的要求？单纯的产品销售导向转变为综合性服务供应商是否能够成功蜕变？问题的核心都指向企业营销的综合素质！□随着竞争环境日趋激烈，客户的要求越来越多，客户变得更加精明，采购选择和决策的过程也更为复杂和漫长。销售人员不再是只推销产品，更要有推销解决问题的策略和方案，以便向更高层和更广层面的决策者推销，成为客户眼中值得信赖的业务顾问和咨询者。

本课程通过了解市场营销的基本理论体系，懂得市场营销的基本原理，掌握市场营销的基本方法，学会市场营销的基本思维方式和营销技能。采用沙盘模拟方式，将销售的原理转变成场景化的事件，让每一个学员从中获取第一手的经验，即时提升营销管理及销售能力。

## 课程收益：

- 销售人员系统理解营销（吸引潜在客户）、销售（转化率）和服务（创造价值）；
- 提升销售人员五大关键技能：销售规划能力、顾问式销售能力、销售沟通能力、压力影响能力、客户关系能力；
- 建立销售人员系统销售流程：突破客户的六层抗拒、销售八步训练、帮助客户完成五大关键决定；
- 有效帮助销售人员介绍产品、保护价格，有效处理客户中不同决策人的关系，系统地、策略性地推进销售业绩；
- 帮助销售人员的角色转变：从单纯的技巧到系统化引导客户签单、从推销产品到和客户建立长期关系、从单打独斗到有组织地团队作战。
- 有效组织销售团队，促动团队人员的积极性

## 课程模型：



课程时间：2天，6小时/天

课程对象：大客户销售、工业品销售、门店销售、人员推销、营销及营销团队管理人员

**课程方式：**讲师理论及操作模式讲解，案例讨论点评、运用案例沙盘教具实境模拟演练

## 沙盘简介（模拟情境背景）

你晋升担任企业区域销售总监职务，带领素质不一的销售团队，开展销售任务、完成业绩达标、建立区域大客户销售及关系管理。

沙盘课程中会根据大客户营销的不同阶段设计若干棘手的关键事件，每个问题面临不同的选择，将对销售团队造成不同影响，而且每个决策都受到市场变化和资源的限制。你要决定采取什么选择，才能用最大限度地展现你的营销管理能力，需要通过小组讨论获得共识，完成销售任务。

## 课程大纲

引导讨论：成功销售公式

导言：客户沟通线的建立

### 模块一：营销、销售及服务

模型解析：STV 客户价值创造模型

#### 第一讲：战略营销

##### 一、市场细分（Segmenting）

1. 什么是市场细分
2. 市场细分的利益
3. 消费者市场细分的依据

##### 二、目标市场（Targeting）

1. 什么是目标市场
2. 目标市场涵盖战略
  - 1) 无差异市场营销
  - 2) 集中化市场营销
  - 3) 差异化市场营销
3. 激励能力

##### 三、市场定位（Positioning）

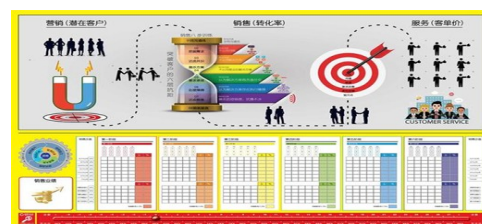
1. 什么是市场定位
2. 市场定位因素
3. 市场定位步骤
4. 定位战略选择

#### 第二讲：战术营销

##### 一、什么是市场营销组合（Marketingmix）

##### 二、营销组合解析

1. 4P、4C、4R、4S
2. 销售团队
3. 差异化



### 第三讲：销售的战略、战术和能力

模型解析：营销、销售及服务价值模型

#### 一、实现销售目标的充分条件

1. 营销转化率
2. 销售成交率
3. 服务转介绍

沙盘销售流程模式解析：营销(潜在客户)→销售(转化率)→服务(客单价)

#### 二、TOC 营销操作标准模板

1. 营销（目标客户）手法
2. 销售（成交率）手法
3. 服务（客单价）手法

案例：XX家具-TOC营销操作

## 模块二：销售的五大关键能力和销售影响技巧

### 第一讲：销售五大关键能力

#### 一、销售规划能力

工具：1) 规划基本流程5步法 2) 销售关系干系人分析矩阵

#### 二、顾问销售能力

1. 确认顾客需求
2. 提供满意方案
3. 建立伙伴关系

#### 三、销售沟通能力

1. 客户渗透
2. 沟通技巧

图表解析：1) 说服力销售技巧与沟通流程联系 2) 沟通过程与处理反对意见的联系

#### 四、压力推销能力

案例解析：SPIN 技法（提问式销售）

#### 五、户关系能力

客户关系管理流程解析：关系的建立→客户关系的维护→关系的破裂与恢复

### 第二讲：销售影响技巧

#### 一、客户五大购买决策

1. 销售人员
2. 公司
3. 产品
4. 价格
5. 购买时间

#### 二、客户销售的六层抗拒

1. 不认同问题
2. 不认同解决方向



3. 不认同提出的解决方案
4. 认为解决方案有负面分支
5. 认为解决方案存在执行障碍
6. 莫名恐惧，犹豫不决

### 三、突破客户六层抗拒的销售八步法

1. 找出沟通线：设定承诺目标，双向沟通
2. 挖掘需求：突破客户的第1层抗拒
3. 达成共识：突破客户的第2层抗拒
4. 展示方案：突破客户的第3层抗拒
5. 要求承诺：突破客户的第4层抗拒
6. 处理障碍：突破客户的第5层抗拒
7. 达成销售：突破客户的第6层抗拒
8. 销售复盘：复盘销售流程、系统提升销售技能

## 模块三：沙盘推演活动及知识点

### 第一阶段——找出沟通线

1. 双向沟通流程解析
2. 承诺目标和拜访目标的区别

### 第二阶段——挖掘需求

#### 1. 提问的关注点

- 1) 关心客户（个人）的问题
  - 2) 关于客户的情形
  - 3) 你的情形
- #### 2. 最佳问题图谱

图表解析：最佳问题图谱

### 第三阶段——达成共识

1. 与客户就需求达成共识
2. 至少发现三个有效需求

### 第四阶段——展示方案

#### 1. TFBR 法——展示公司+展示产品（解决方案）

- 1) T 回顾
- 2) F 特性
- 3) B 利益
- 4) R 反馈

#### 2. 销售九宫图解析

### 第五阶段——要求承诺

### 第六阶段——处理障碍

1. 要求承诺 = 要求承诺 + 处理异议
  2. 处理障碍 = 再次 TFBR 要求承诺 + 重新挖掘需求
- 1) 异议与延迟

- 2) 异议的处理
- 3) 延迟的处理
- 4) 异议处理——怀疑
- 5) 异议处理——不关心
- 6) 异议处理——缺点

#### **第七阶段——达成销售**

#### **第八阶段——销售复盘**

##### **1. 达成销售 = 赞美 + 转移注意力 + 做后续步骤**

- 1) 确认
- 2) 欣赏
- 3) 下一步计划

##### **2. 销售复盘 = 复盘各个抗拒的节点**

**总结：**各小组销售订单及销售金额评价解析