

销售团队建设与销售人员激励

课程时间：2天

课程背景：

在当今激烈的商战中，销售人员好比是“士兵”，直接影响到企业的安危。作为“将”“帅”，您遇到过这些情况之一二？

- 1) 为什么销售人员总是先看拿多少钱，再看办多少事？
- 2) 为什么销售人员总觉得干的多，拿的少？
- 3) 为什么销售拿了钱还不守规矩？
- 4) 为什么发了钱仍然没有积极性？
- 5) 企图心不强，不愿做，不求吃好，只求有饱
- 6) 执行力差强人意，计划不如变化快
- 7) 员工被处罚后总是抱怨：“这个命令根本不切合实际”“这事不是我干的”
- 8) 如何应对员工为自己开脱责任的借口，员工大错不犯小错不断怎么办？
- 9) 人员流失率高，流走的是“精兵强将”，留下的是“散兵游勇”
- 10) 抢单、卖单、转单、炒单时有发生，公说公有理，婆说婆有理
- 11) 合作意识不强，你不理我，我也不理你。

培训价值

如果您的销售队伍中有一个业务员有一个月不努力，则您将至少损失 2000 元工资加费用，如果您激励了您的团队，多一个人努力，则您可能多挣 20000 元

课程目的

- A) 了解销售主管的角色和职责。
- B) 学习如何优化销售队伍的工作效率。
- C) 建立销售管理机制，提升销售业绩。
- D) 如何让销售明白什么情况下可以多拿钱？？
- E) 如何使激励不仅控制结果，还能控制过程？
- F) 如何坚持正确的价值导向，杜绝讨价还价？？
- G) 如何建立科学的销售绩效考核系统？
- H) 建立成功的销售队伍和部门

课程特点

现场解决企业经常遇到的实际问题，把复杂的事情简单化，学不会不算，顺便带走成套管理办法

课程大纲

★第一篇：我是谁？我该怎么做？我如何做更有效？---销售主管的定位与角色：

案例分析与讨论：略

优秀的销售管理人员应具备的职业素质和能力。

做个让人敬畏的领导--又“敬”又“畏”的“将”“帅”

案例：略

案例：略

★第二篇：业绩才是硬道理---如何指引团队作战方向与提供武器

思考：. 80 后的销售年轻主力军在想什么？

故事：略

利用关键指标设置控制提升业绩；

以专业化营销指引销售方向（STP）

善于整合及包装武器，提高团队作战能力（提炼出高效的销售套路及技巧）

案例：略

★第三篇：不要让员工跟你讨价还价——引导团队认同目标

思考：统领者是引导者——团队管理的思路和模型

故事：略

团队游戏与心得分析：为团队设立切实可行的销售目标和计划

会议制度—业务会议的常见误区——牢骚会、牛皮会、扯皮会、批判会、邀功会、独角戏

业务会议的准备/执行注意事项

案例：略

★第四篇：管要管得有理有效----建立销售管理机制即时跟进与支持

思考：销售主管管什么--监控制度不是用来管人的 而是用来吓人的

销售流程管理的典型问题

案例分析与讨论：有效评估销售人员的业绩和跟进 案例分析与讨论：管理者应做好的关键工作

销售流程有效控制和管理

RADAR:机会管理的 6P

外埠员工管理：身在千里之外 法眼无处不在

讨论：编织你的蜘蛛网---实施业务跟进及支持体系的操作及方法

有效沟通——恋爱是谈出来的 故事：略

★第五篇：刺激销售业绩增长--销售绩效考核

思考：理清“为什么”发钱——只有创造价值、实现增长才能拿钱

理清“怎么”拿钱——建立科学的考核、激励方式

案例：略

讨论：略

à 有效的绩效考评系统的标准 à 如何有效的控制过程与结果 à 三种典型的绩效考评模式

★第六篇：销售团队的强心针---激励技巧

创造理想环境——两手都要抓、两手都要硬--软指标：公平、公开、公正 案例：略

理想环境之二 奖励是最主要的手段——预先明确化 案例：销售人员的典型薪酬福利方案

故事：略 理想环境之三 让人们自我督促——竞争表面化 案例：略理想环境之四----家里最好 案例：略

理想环境之五 使每个人都有好心态——工作快乐化 演练：自我激励

★第七篇：销售团队的辅导与教练——成为一个超级教练

思考：发展才是硬道理——成功的团队留得住成功的人

讨论：火眼睛睛识人--悟空、八戒、沙僧、唐僧--你要啥样的人？

案例：略 范本：职务说明、任职考评

案例：略 故事：保甲制度---把他们绑在一起

流程化运转——让大家行动起来--建立互助与检查机制

言传身教--示范为主 协同拜访--实地观察 共同分享——复制成功

案例：略

★第八篇：销售活动分析——快速提高销售效率

支持改善改革创新——让更多脑子动起来 故事：略

案例：略 流程化运转——互相帮助和检查

故事：略 案例：略

设定指标以追踪关键销售活动

- 分析团队资源配置，将资源投放在高价值事务上 - 依据分析结果，即时提供解决

对策

- 案例研讨：略

★第九篇：现场模拟——解决实际问题

讨论：各个公司销售模式、政策 介绍：客户也需要爱；顾客就是上帝；武装到牙齿

练习：略 答疑
