

销售漏斗的使用与管理

课程大纲：

第一部分 销售漏斗的基础：以客户为核心的销售流程

第一单元 满意 Vs. 准备

销售目标：

识别潜在客户业务上的主要问题及潜在需求

制定销售策略和计划

销售要点：

清楚知道你的公司/服务/行业……

找到并研究潜在客户

知道客户战略目标

识别主要股东情况

知道客户与你的服务有关的应用情况

找到关键切入点

寻找可能的关系网络

识别组织结构/决策程序/相关决策人角色

研究可能的竞争对手

制定策略性的销售计划

制定期望的目标

第二单元 意识 Vs. 引导

销售目标：

建立融洽关系引起对方兴趣

给客户留下深刻的印象

确认对方的需求

销售要点：

建立融洽关系

仔细倾听客户需求

确认并澄清需求

通过向客户展示你的专业知识、你对客户业务的了解、对客户问题的解决思路等来建立客户对你的信任

第三单元 行动 Vs. 探询

销售目标：

证实你所获信息的准确性

引导、探询、证实客户所有需求及需求产生的原因

初步提出并探讨你的解决方案

引导客户接受你的采购标准

销售要点：

- 证实客户的需求
- 探讨现在及未来对你服务的需求
- 将客户需求与你的方案结合起来
- 探讨购买关键点
- 明确决策程序及引导决策标准
- 介绍其他决策者
- 明确下一步工作

- 将你与其他竞争者区别开来

- 建立良好关系

第四单元 评估 Vs. 方案

销售目标：

详细陈述并探讨你的解决方案

加强客户对你的信任（你的专家形象及购买标准）

可能的话，提出未来的计划

销售要点：

结合客户问题及你的优势/USP 编写建议书

准备策略销售谈判

进一步加强与客户的关系

区别你的竞争对手

解决客户异议

侧重展示你的优势(USP)

以陈述客户所获得的利益为重心

第五单元 承诺 Vs. 承诺

销售目标：

与客户达成协议

获得客户承诺

确定下一步工作

销售要点：

获得下一步承诺

制定关键工作点

识别并接触其他可能影响决策的人

巩固你与客户的关系

得到对客户对项目建议书的认可

进行销售谈判

得到销售订单

第六单元 实施 Vs. 跟进

销售目标：

执行并监控协议

确保客户满意

确保合同按时回款

评估你的销售计划

与客户保持密切关系

发现其他销售机会

销售要点：

跟进以确保项目按照协议在执行

回收应收帐款

整合内部资源

保持接触，确保客户满意、获得推荐

探询并寻找销售机会

分析评估本次销售机会

分享经验教训

更新销售策略
扩大关系网络
客户内部渗透

第二部分 销售漏斗管理和客户分析

第一单元 依据销售流程的漏斗标准管理

制定销售漏斗层级

销售漏斗各层级的定义和标准

各层级转化率标准

各层级的成功率测算

根据漏斗的销售业绩预测

第二单元 销售漏斗分析

销售周期分析

各层级转化周期分析

漏斗数据异常情况下的原因及对策分析

第三单元 销售经理的漏斗推进策略

明确每个机会的推进里程碑

和组员制定漏斗推进的销售计划

辅导组员实施推进计划

定期（周）分析所有成员的销售漏斗