

构建世界级解决方案销售体系

【课程收获】：

使企业的销售活动与“客户的购买过程”有紧密的对应关系，掌握客户“业务发展潜在问题”和“解决方案构想”销售机会之间的差别。有效的进行客户拜访前计划和研究，激发潜在客户的兴趣并建立信任关系，让潜在客户与你分享他（她）的业务发展潜在问题/认同解决问题的方法。通过顾问式咨询对话，突出企业的产品/解决方案的优势，与决策链的客户建立信任关系。有效管理企业项目销售机会，更好的控制和管理项目销售周期，提高竞争性项目销售的成功率。缩短销售周期并且避免项目丢单的情况发生，高效促成项目销售成功。

【学员对象】：企业 CXO、HR 经理、流程经理、销售与营销经理、解决方案经理、客户服务经理

【课时设计】：2 天

【需求情况】：

“企业为什么要有销售流程？”简单的答案就是：客户的采购行为已经发生了重大的变化，客户都具备了比较完善的采购流程和对供应商等级管理流程，因此企业应该重新设计企业的销售流程，并且该流程必须与客户的采购流程协调一致。销售流程是为参与销售工作人员提供了一个路线图，告诉下一步该做什么，更有可能实现企业项目销售可重复的成功。现今企业可归纳为三类：夜夜无眠型（有临时的销售流程）月月挑战型（非正式的销售流程）年年成功型（结构化的销售流程）。如今少有企业项目销售的完全由一个人完成的，并且无论企业的销售周期长短？销售模式是简单的单一项目或是由长时间的一系列项目组成的，团队知道做什么？什么时间做以及如何去做？对于提高企业核心销售指标都有着至观重要的意义。企业实现成功项目销售的几个关键指标：1、完成销售任务的销售人员比例；2、公司整体销售目标完成的比列；3、赢单和丢单以及其它的比例；4、销售人员的流失率。企业越是把销售当成科学（而不是艺术）来看待，企业就越能获得成功。

【课程特色】：

课程是一门针对专业销售人员、销售管理者和市场人士的集成的、端到端的销售流程培训课程，同时以结构化的方式将知识和技能培训集成到可重复的流程和方法中，系统解决企业销售流程制定策略与客户的采购流程过程相一致，确定企业销售团队不同的角色分工和职责划分，提供结构化的诊断方法解决企业面临的销售问题，从而为企业带来可持续的独特价值。

【培训方式】：

案例讲授、分组研讨、学员练习、角色扮演、老师点评

【主要内容】：

壹、 解决方案销售方法论及其关键概念介绍（概念与案例分析结合）

1. 解决方案将如何帮助销售员
2. 销售过程体系
3. 练习

贰、 拜访前策划与调研

1. 基本概念
2. 售前策划中的调研领域
3. 识别潜在客户痛苦
4. 识别潜在支持关系
5. 练习

参、 激发客户的兴趣

1. 基本概念
2. 业务发展的战略和战术
3. 业务发展的信息因素、模块和媒介
4. 练习

四、 拜访时如何让客户承认他的痛苦 （概念，案例分析与工作模拟实战结合）

1. 基本概念
2. 在初次拜访中和客户联合
3. 销售员如何应对客户的反应
4. 练习

伍、 创造客户购买构想 （概念，案例分析与工作模拟实战结合）

1. 基本概念
2. 针对创造购买构想的问题单元
3. 与客户的沟通中建立构想和价值
4. 练习

六、 改造客户购买构想 （概念，案例分析与工作模拟实战结合）

1. 基本概念
2. 从事活跃的机会
3. 建立提问模型来改造客户购买构想
4. 练习

七、 确定客户资格以及他们的购买过程 （概念，案例分析结合）

1. 基本概念
2. 确定支持度并且商议权利支持者

3. 权利支持者资格并且确定评估标准
4. 练习

八、 评估营销计划的组成部分（课程总结、学员寄语、行动计划）

1. 介绍
2. 评估营销计划的主要组成部分
3. 练习

九、 达成最后协议（案例设计、演练方案、演练准备、实战演练、演练点评、学员寄语、行动计划）

1. 介绍
2. 了解你的买家及其谈判战术
3. 谈判对话样本
4. 练习

壹零、 解决方案销售开始（行动计划）

1. 解决方案销售开始

【授课语言】：中文

【授课方法】：面授

【课前要求】：请学员准备简单客户拜访案例：