

# 《定心定责定目标-工业品销售(经理)核心能力提升》

## 【课程背景】

面对风云变幻的竞争格局，面对同质严重的市场现实

工业品营销，需赢在高瞻远瞩的战略

工业品营销，需赢在实效实战的战术

工业品营销，需赢在精兵强将的执行

本课程基于工业品营销与大客户销售过程中常遇到的一下各类问题而设计：

→ 工业品营销较之一般销售活动相比难度大、重要性大、复杂程度高；

→ 大客户销售过程中策略把握非常重要，如何知己知彼，策略在握，稳扎稳打；

→ 如何基础的工业品营销的基础知识、技巧、流程？

→ 如何分析、判断、识别、利用客户内部的决策链？

→ 项目管理人员需要哪些综合素质和管理能力？

→ 根据成功销售人员的素质准确自我定位，找到自身的差距锁定提高的方向。

## 【课程特色】

→ 系统性：本课程系统介绍了大客户营销的理论体系和实务环节，可以形成对大客户销售运作的系统架构和分析模型；

→ 严谨性：严谨的逻辑体系，帮助我们更加透彻地理解大客户销售各个实务环节之间的关系，提高分析判断项目运作中问题的水平；

→ 针对性：专门针对营销部经理、销售人员学习的需求和特点，针对他们在工作中遇到的实际问题，从理论高度、实务结合上给予剖析，真正从可操作性上给与帮助，解决实际难题；

【课程对象】 销售部经理、大客户销售经理以及希望让自己更专业的销售人员等  
【课程时长】 2天（6小时/天）

## 【课程大纲】

### 第一部分：《定心定位定目标-职业素养提升篇》

#### 一、心态的重要性

1、什么是心态？心态理论 ABC

2、心态的重要性

1)、心态影响心理

2)、心态决定命运

3、心态的核心（信念、行为、成果、我是一切的根源）

1)、倒三角模型

2)、成为-行动-拥有，个人成长与企业使命宣誓

#### 二、工业品销售人员应具备的意识（定心篇）

1、目标意识

案例：哈佛毕业生的调查

2、结果意识

案例研讨：小王送包裹的启示

### 三、工业品销售人员应具备的心态（定责篇）

- 1、负责任的心态
  - 1) 什么是责任心
  - 2) 为什么责任心是第一位
  - 3) 为谁负责任？负什么责任？如何去做？
- 2、积极的心态

案例：积极与消极演示互动

### 3、自信心态

案例：成功与失败主题探讨，

- 4、坚持心态
- 5、老板心态

### 四、工业品销售人员核心能力建设（定目标篇）

- 1、目标管理
    - 1) 目标拟定 SMART 原则
    - 2) 目标拟定的步骤
    - 3) 实际操作：教练式目标拟定训练
  - 2、目标形象化与潜意识管理
  - 3、承诺与 pk 管理
- 五、学习分享，课程结束

## 第二部分：《赢在信任-工业品营销技能提升篇》

### 一、工业品的内涵

- 1、工业品营销现状一览
- 2、工业品和消费品的营销存在巨大差异
- 3、工业品营销鱼缸与消费品营销漏斗的本质区别

### 二、工业品营销的三大要义

新时期工业品营销的要义，要整合营销资源，实现四大转变

工业品销售精英的 4H 标准

工业品营销如何突围？五唯误区与信任体系的建立

### 三、工业品营销的六大步骤

- 1、市场开发(寻找目标)
- 2、客户开发(寻找客户)
- 3、客户拜访(传递信息)
- 4、分类跟进(形成合作)
- 5、成交促进(临门一脚)
- 6、辗转介绍(树立榜样)

### 四、工业品销售客户拜访的六大步骤

- 1、资料、工具、心态、形象、礼仪准备，
- 2、接触客户，
- 3、客户需求分析，
- 4、介绍产品的竞争优势与利益，
- 5、解答疑问和处理异议，
- 6、如何提高成交比例。

### 五、工业品营销过程管理之五表五诀八部曲

- 1、营销过程管理要素之四横四纵两张牌

2、打开天窗之五表

3、打开天窗之五诀---工业品营销过程中的主要任务

4、打开天窗之项目进展(客户开发)分析八部曲

- 1) 客户规划与电话邀约，
- 2) 客户拜访与初步调研，
- 3) 提交初步方案，
- 4) 方案演示与技术交流，
- 5) 需求确认与正式方案设计，
- 6) 项目评估，
- 7) 商务谈判，
- 8) 签约成交并移交实施。

六、学习分享，课程结束