

教练式培训才是王道！

现在的企业培训，无论现场多么的热闹，根据心理学原理，**效果都会迅速衰减**。因为，培训的对象与方法均有局限性。

首先，是培训的方法有局限，现在的培训，多是单向的沟通（或者多数时间是单向的沟通）。而真正有效的培训，是教练式的，教+结合，核心5个步骤：**讲解+参考工具+作业+点评互动+输出结果**；从做作业到点评互动到输出结果，无一不让学员在战争中学习战争，特别是“输出结果”这一模块，让学员带着目标与结果来学习，更是强化了学习的效率；输出成果-让每个学员都有一份个性化定制的方案带回家。

其次，是培训的对象问题，现在企业的培训，更多是针对经销商或者店长，没有注重对区域经理的教练，毛主席说，“路线明确了，干部就是决定因素”，对于企业而言，所有的营销策略落地，最终都必须由区域经理来完成，比如市场开发，经销商管理，产品推广，全国促销联动，销售指标的完成，市场秩序维护，区域市场策划等。一个不合格的区域经理，对市场无疑是破坏性的，也是浪费企业的经济成本。

区域经理教练营-精准营销之区域市场开发与销售提升

【培训对象】大区总监、区域经理、业务员

【培训方式】讲授、现场练习、角色演练、案例分析、分组讨论、头脑风暴

【课程目标】

盛老师根据自己多年一线市场的实战体会，结集而成，抛弃多数渠道类课程的套路，为行业订做一门实战、实在、实用的精品课程。此门课程，您可以通过系统的讲解与互动，与盛老师一起分享其独家观点，最难能可贵的是，盛斌子老师提供其原创的

参考工具：

模块一：市场开发

一、渠道模式诊断

- 1、经典的渠道模式与设计与创新
- 2、启示：渠道模式设计的关键因素
- 3、厂商渠道模式合作的十大创新案例（原创独家经典）
 - 1) 事业部
 - 2) 合伙制
 - 3) 四专型代理
 - 4) 全程协销
 - 5) 商学院模式
 - 6) 决策委员会模式
 - 7) 众筹+合伙
 - 8) 股份公司
 - 9) 运营中心模式
 - 10) 分公司模式
- 4、原创：产品 - 渠道 - 市场三维策划图

二、精准营销之市场开发

1、市场如何细分

- 1) 如何用大数据寻找经销商？
- 2) 原创分析：如何将竞争对手的客户第一时间锁定？如何在市场开发会现场第一时间搞定全场客户，让他们成为我们的粉丝？如何将竞争对手的招商信息一网打尽？
- 3) 经销商的选择标准是什么 - 原创排名分析法

- 4) 如何通过“望闻问切”快速锁定客户？
- 5) **原创经典**：什么是网络地图？如何将区域市场进行分级管理？
- 6) 案例分析：XX 经销商是否合适？

2、差别化利益

- 1) 什么是经销商内心强烈的渴望：挣大钱、挣长久的钱、挣放心的钱
- 2) 什么是产品维度？价值维度？

实战案例：某业务员快速锁定经销商需求的 123 法则

3、接触点

1) 准经销商选择

- 望
- 闻
- 问
- 切

原创工具：

打分法与排名法的 PK

理性分析法与感性分析法

2) 出奇制胜市场开发 16 招（原创经典）

- 行业展会
- 行业协会
- 企业会议
- 传统媒体招商
- 网络招商
- 联合招商

- 实地寻找
- 资源互换
- 倒作渠道
- 集中作业
- 跨界招商
- 第三方平台
- 微博、微信、QQ群、网络社区、微电影
- 电话招商
- 样板市场
- 立体招商

3) 市场开发的准备

4、引爆点

- 1) 背景调查
- 2) 经销商与厂家合作动机
- 3) 经销商最关心什么？

4) 绝对成交话术大全（原创独家经典）

- 客户说价格太高？
- 当客户异议公司的政策不够灵活？
- 客户异议要求“独家经销或者总代理”？
- 客户异议“市场不景气，生意难做，过一段时间再说”时？
- 当客户异议要“铺底资金”或“帐期”时？
- 当客户异议“已与现有公司订了合同，等合同到期了再说吧”时？
- 当客户异议“XX 以前经营你们公司产品，做得并不成功呀”

- 投资你们的专卖店何时能收回成本和实现利润？
- 经销商任务量是如何制定的？怎么下发？
- 产品不合能否退货？
- 你们的支持不到位？
- 完成率高如何奖励？

5) 绝对成交万能公式

6) 销售商务谈判技巧

- 处理谈判中异议的方法
- 销售谈判概念与谈判的时机
- 销售谈判成功的基础
- 销售谈判战术的运用
- 销售谈判步骤
- 销售谈判成功的关键因素
- 销售人员在销售谈判过程中的应变技巧

7) 从量变到质变-----促成交易的法宝

- 判断成交迹象，抓住成交时机
- 如何捕捉客户的真实动机
- 引导顾客购买决策过程中的关键步骤
- 快速成交的实用技巧
- 如何运用心理暗示法促成交易
- 逻辑推理方法在促成交易中的运用
- 排除销售障碍的有效法则

三、数字化时代的精准市场开发（原创独家经典）

1、市场开发准备

- 1) 网络地图
- 2) 准经销商资料库收集 12 招
- 3) 市场开发准备

2、市场开发落地

- 1) 如何玩转精准营销：微信加粉、短信群发、网络免费推广、话题事件营销一夜成名、社交软件互动、微博、SNS 平台推广、电话沟通话术
- 2) 集中作业与联合舰队模式
 - 电话营销
 - 微信群发
 - 微信加粉
 - 团队 PK
 - 晨会、例会
 - 过程管理
 - 现场沟通话术
- 3) 产品推介会的 12 大绝招

3、市场开发驻守

- 1) 样板市场如何打造？
 - 市场诊断
 - 团队管理模式
 - 产品管理模式
 - 分销管理模式

- 经营管理模式
- 市场推广模式
- 店面管理模式

2) 如何二次低成本市场开发？

模块二：销售技巧

一、如何寻找、分析、管理目标客户

1. 寻找潜在目标客户的原则
2. 以目标客户为中心--从 4P 到 4C
3. 寻找你公司理想的目标客户
4. 阶梯性客源开发策略
5. 客源开发渠道和方法
6. 现有的客源储备状况分析
7. 目标客户分类与管理：趋利避险，寻找机会
8. 竞争对手的了解与分析

二、影响购买行为及销售业绩的因素分析

1. 环境因素及分析
2. 团体因素及分析
3. 个人因素及分析
4. 客户的关注焦点
5. 影响销售业绩的六大内部因素分析

三、销售拜访的准备与计划实施

1. 销售计划制定的科学方法
2. 销售拜访前应做的准备
3. 客户拜访流程及注意事项
4. 成功的开场白与打开话题的技巧
5. 如何赢得客户的好感
6. 了解或挖掘客户需求的具体方法
7. 销售员必备的销售工具

四、SPIN 顾问式的销售方法

1. SPIN 顾问式销售技巧介绍
2. 如何使用 SPIN 销售技巧
3. SPIN 顾问式销售技巧的注意事项

➤ 实操演练：企业现有产品的 SPIN 销售训练

五、销售商务谈判技巧

- 1、处理谈判中异议的方法
- 2、销售谈判概念与谈判的时机
- 3、销售谈判成功的基础
- 4、销售谈判战术的运用
- 5、销售谈判步骤
- 6、销售谈判成功的关键因素
- 7、销售人员在销售谈判过程中的应变技巧

六、从量变到质变-----促成交易的法宝

1. 判断成交迹象，抓住成交时机

2. 如何捕捉客户的真实动机
3. 引导顾客购买决策过程中的关键步骤
4. 快速成交的实用技巧
5. 如何运用心理暗示法促成交易
6. 逻辑推理方法在促成交易中的运用
7. 排除销售障碍的有效法则

七、客户记录与标准化销售流程的建立

1. 将销售流程标准化的重要性
2. 打有准备之仗—标准销售程序的制定与应用
3. 销售硬件的标准化管埋
4. 建立预防客户流失的销售管理机制