

项目型销售策略与实战技巧

【课程背景】

项目型销售具有采购周期长、采购金额大、决策角色多、内部关系错综复杂等特征，大量项目型销售人员在项目推进过程中存在以下重重障碍：

常 见 困 惑
1、项目周期长，变数大，如何控制局面？
2、搞不清楚竞争对手的动向，面对对手的步步紧逼，经常束手无策；
3、如何才能真正的发挥自己的核心优势，屏蔽其劣势；
4、难以获得真正的高层支持，难以影响高层决策；
5、我方介入太晚，客户已经被对方引导，我该如何突出重围？
6、本已胜券在握的项目，半路却杀出了程咬金，抢走了单子；
7、如何能够在对手已经搞定甲方一把手的情况下赢得项目？

本课程结合老师亲历的 300 多个项目型销售案例提炼升华，针对项目型销售进行系统剖析，系统帮助项目型销售人员打破销售障碍，从而高效、智慧的赢取更多大单。

【培训特色】 三位一体咨询式培训模式

课前	通过问卷调研、需求沟通，深度挖掘企业问题，一对一定制内训方案
课中	以学员问题为中心，以业绩突破为主线，真正突破学员的困惑与障碍，并辅以策略、工具为落地执行计划，真正帮助学员突破瓶颈，提升业绩
课后	定期为学员答疑解惑，持续推动学员业绩改善
效果	杜绝课堂很激动，回去不会用，确保真正促进业绩提升

【学习对象】 营销体系兵、将、帅

总经理、营销总监、销售工程师、销售主管、销售经理、营销总监、售前技术工程师等

【标准课时】 2天 6小时/天

【课程大纲】

【开篇】

- 一、项目型销售特征
- 二、项目型销售的常见困惑
- 三、项目型销售的规律性

第一讲、项目型销售赢单五个层次

一、项目常见失败原因解读

【典型案例】一个失败的 IT 项目型销售深度剖析

二、项目型销售成功的系统方法解读

- 1、项目型销售采购流程分析
- 2、基于采购流程的销售推进步骤
- 3、项目型销售过程与结果的关系
- 4、建立项目型销售里程碑
- 5、项目型精益化营销推进策略

小目标：认识项目型销售赢单的系统方法

第二讲、项目型销售进程推进技巧

第一节、信息收集，商机评估

一、信息收集

发现商机的渠道和路径 **MECE**

二、商机评估

- 1、商机验证的五个纬度
 - 2、商机评估的三级漏斗法则
- 案例：错失良机的客户经理

小目标：明确商机获取步骤，精准找到黄金商机

第二节、关键决策角色解码与巧妙破局

一、360°解读项目客户

二、项目客户关键决策角色识别

- 1、客户采购中的“车、马、炮、士、帅”
- 2、局里还有潜伏的“狐狸精”吗

三、先入为主时，巧妙布局，制造障碍

- 1、布局情报内线，构建情报网络
- 2、培养“内应”，棒杀对手
- 3、发展“教练”，出谋划策

案例解析：伪装的严丝合缝的老江湖

四、关键人与竞争对手是一腿，如何破局

案例解析：小鬼也能拆散到手的大单

五、建立布局与破局的系统思维和指导战法

第三节、突破前哨与初步关系建立

一、客户内部相互踢皮球，该怎么办

二、找对人，按对弦

- 1、关键决策人职能角色解码
- 2、关键人权力与影响力解码
- 3、不同角色之间派系解码（对立、联盟、裙带）

落地工具：客户关系网络图

三、关键人信任突破“铁三角”

四、关键人情感升级“三步走”

案例分享：女攻关如何拿下刀枪不入的吴处长

五、强力支持者是如何炼成的

第四节、需求挖掘与筹码重构

一、“亮点”不“亮”，客户兴趣不大，该怎么办

二、需求深度决定客户爱你程度

1、客户需求的七个纬度

2、客户需求的“冰山模型”

3、客户需求的三个领域---盈利、竞争与效率

案例解析：三个小贩销售法新解

三、“深挖洞、广积粮”找到需求背后之需求

四、以问题为中心的 **SPIN** 需求开发循环

案例分析：老周为什么比别人价格高 **20%** 拿走定单

五、别一切听从客户安排---不忘初心，重塑构想

第五节、竞争分析与竞争博弈

一、竞争情报收集 **NEC** 法

二、竞争分析的三个层次

1、竞争态势矩阵分析

2、**SWOT** 敌我主要优劣势分析

三、敌强我弱，基于优势与机会的 **SO** 竞争路线制定

四、亮剑出鞘，杀人于无形中的“杀手锏”

1、“利器 – 软肋”模型分析

2、寻找“阿其利斯的脚后跟”

案例解读：三线品牌如何将一线大姥拉下马

五、建立“以弱胜强”的系统博弈思维和核心打法

第六节、技术交流与价值突围

一、高质难高价，该怎么办？

二、差异化价值创造的两个层次

1、客户价值“全景图”

2、“人有我优、人无我有”独特业务价值

案例解析：三个卖狗人

三、技术交流的“种树、埋雷，打基桩”策略

四、“亮点”凸显的价值呈现策略

五、“你行也不行，我不行也行”之反转

六、建立“将一样的东西卖出不一样，且卖上价”的逻辑思维

第七节、关系突破与高层建交

一、高层信任建立策略

二、寻找高层最真实的决策动力

案例分享：刀枪不入的局长如何拜在“他”的石榴裙下

三、不同高层人物的攻关策略制定

案例分享：女攻关如何搞定严肃的吴处长

四、高层关系阶梯推进，屏蔽竞争对手

案例分享：给处长搽了一个月桌子的大傻如何抱得大单归

五、立体式组织关系模型建立

第八节、标书制作，项目投标

一、招投标阶段的工作任务与重要原则

二、商务与技术壁垒设置的八大雷区

三、成功标书制作九步骤

案例：经典投标案例解读

小节目标：亮剑出鞘，杀人于无形之中

第三讲、项目分析与过程管理

一、项目立项与目标制定

二、策划制作《项目任务书》

三、召开《项目启动会》

1、明确责任，便于监控

2、申请资源，分工合作

工具示例：大客户销售项目组织机构图

四、项目进度计划---甘特图

练习：根据 **WBS** 制定大客户项目管控计划

五、项目实施与监控重要手段—项目分析会

六、如何分步骤推进项目销售管理

课程总结

——互动问答环节——