

《教练式解决方案价值销售》

(流程、技巧、方法、工具)

邓志君教练

【课程背景】

教练式解决方案价值销售，是一门以客户为中心的科学与艺术：通过深入客户的行业，了解他们在业务中遇到的问题，与客户一起，诊断并确定问题、寻找解决方案，在客户实施解决方案之后，为客户带来可衡量的改善、为客户创造可量化价值。

这一套科学方法论系统，需要从教练式解决方案价值销售的原理/原则出发，进一步训练销售的行为模式，完善销售的流程、方法、工具以及建立一套完善地的销售管理措施和方法才能实现，这是一个全新销售复制体系：

- 一套全新的销售哲学！
- 一套全新的销售行为模式！
- 一套新的销售流程、方法、工具、地图！
- 一套全新的销售销售管理与销售激励系统！

【课程收获】

- 学会梳理产品核心竞争力，与行业竞争对手对比的方法；
- 学会进行客户分析及开发新客户，与客户建立长期关系管理，学会与地位差距较大的客户进行沟通的技巧；
- 促进新员工的成长，为销售提供更多的做单技巧、销售工具，保证销售业绩达成；
- 加强解决方案能力，引导客户认同并购买我们的产品；
- 解决在项目执行中，客户更改项目的问题。

【课程特色——培训 3.0 模式】

- 课前访谈：高层与参训代表，确定关注焦点、收集销售过程案例；
- 以问题为中心：课程从问题开始并回归于问题解决；
- “授人与渔”而非“授人与鱼”：课程中讲授相关的理念、方法、工具、模型；
- 授课过程：讲授—>学员现场模拟/实战演练；
- 总结与分享：课程结束前，小组代表分享其问题解决之道；
- **收费可选项目：课后 3 个月内 2 周一次的 1-1 教练，确保知行合一：实现知识完善—>能力提升—>行为改变—>绩效达成/超越。

【课程对象】

企业高层管理者、各级管理者、各级销售人员、市场营销人员、产品研发人员、售前支持人员

【课程时间】

标准课 2 天（可定制 1-3 天）

【课程大纲】

一、什么是内圣外王的销售之道？

(一) 销售的基本概念原理

1. 基于业务的销售类型
2. 什么是销售？谁是销售？
3. 销售的本质及其结构？
4. 销售的真谛

(二) 自知者明

1. 销售人员的类型与销售人员的业绩比例
2. 专业销售需要掌握哪些知识，具备哪些能力？
 - 1) 如何描述产品/服务？
 - 2) 销售如何提升自己的修养？
 - 3) 销售的中心点与销售心法
 - 4) 销售三块基石是什么？
3. 销售的承诺
4. 建立信任的四要素

(三) 知人者智

1. 客户购买原理及其要点
2. 客户购买逻辑层次
3. 痛则思变/没有痛苦，就没有改变
 - 1) 客户有那些痛苦及其痛苦来源？
 - 2) 痛苦的基本形式
 - 3) 痛苦的四个层次
 - 4) 两种商机及其诊断标准，如何处理 3%的商机？
4. 客户评估结果

4、由此及彼

1. 什么是解决方案？
2. 什么是教练技术？为什么需要教练技术？
3. 什么是基于教练技术的解决方案价值销售？
4. 客户为什么需要销售？
 - 1) 专业创造价值
 - 2) 核心竞争力 UCV
5. 如何把大象关进冰箱？
6. 解决方案价值销售天龙八步
7. 解决方案价值销售流程图
8. 销售模型——全景图与要素

二、循序渐进开发客户的三部曲&.销售天龙八步是什么？ (解决方案价值销售天龙八步)

(一) 如何做好充分准备，不做无准备之销售？

➤ 第一步 规划研究

1. 区域规划与研究模型
2. 客户研究八步法
3. 客户组织结构图
4. 关键人物痛苦表

- 5. 痛苦会波及整个公司
- 6. 痛苦链
- 7. 成功案例
- **第二步 确定线人**
 - 1. 人向人购买
 - 2. 客户类型和角色
- **第三步 激发兴趣**
 - 1. 四招激发客户兴趣
 - 2. 激发客户兴趣邮件
- (二) **如何成功拜访客户，不拜无需求之客户？**
 - **第四步 诊断问题**
 - 1. 拜访客户五步法
 - 2. 建立关系四种方法
 - 3. 让客户承认痛苦及其策略
 - 4. 为什么客户会承认痛苦？
 - 5. 先诊断，后开方
 - **第五步 挖掘需求**
 - 1. 教练式对话九格模型
 - 2. 解决方案=购买方案
 - 3. 价值分析与价值推断
 - 4. 购买方案评估 CUP 模型
 - 5. 有权力的人向有权力的人购买
 - 6. 接触权力支持者
 - **第六步 掌控流程：联合工作计划草案**
- (三) **如何签约结案，不签无标准之合同？！**
 - **第七步 签约交付：签订合同，确定标准**
 - **第八步 成功案例：梳理新的成功案例**

三、进退自如竞争有术有哪些？

- (一) 识别竞争商机
- (二) 评估商机
 - 1. PPVVC 销售利器
 - 2. 机会评估—雷达图
- (三) 选择竞争策略
- (四) 先求同，再存异
- (五) 改变规则，重构购买方案

四、课程结语

- ◇ 企业价值布道者
- ◇ 做卓越企业，创国际品牌