

---

## 《销售经营，工业品企业的结果力》课程提纲

### 一、为什么要参与此课程呢？

- 1、从被动销售管理到主动销售经营，成效价值销售与长效增长；
- 2、摆脱工业品销售部门的孤军作战，成长体系营销的内外效力；
- 3、循序渐进导入三化型工业品销售，成全营销导向的销售体系；
- 4、将内部营销效率转化为销售成果，成就大平台与全资源合力。

### 二、您不是一个简单的听课者

- 1、你要审视销售管理的成长性瓶颈，尽力找到销售经营的突破性路径；
- 2、你要掌握三化型销售的本质要求，先解构、后重构显效驱动性要素；
- 3、你要融入到营销引领销售的模式，放下成功的过去、拥抱全新未来。

### 三、课程提纲

- 1、结果力，工业品销售的风向标
  - 1) 项目管理为核心的“结果金字塔”
  - 2) 心态、行动与结果的递进关系
  - 3) 员工与中高层的思维与行动互换

- 
- 4) 强大的执行层来自现场决策机制
  - 5) 责任出被动结果，利益出主动结果
  - 6) 测试一下您企业/团队的结果力

## 2、销售经营，向营销体系要结果

- 1) 销售、营销与战略的三级跳
- 2) 销售流程的以终为始、以始为终
- 3) 项目管理，决定工业品销售流程
- 4) 项目管理，给工业品销售的启示
- 5) 营销体系，主导销售苦干加巧干
- 6) 销售经营，倒逼企业营销体系力

## 3、销售力的解构与重构

- 1) 瞄的准：客户细分与市场细分
- 2) 打的狠：静销力与动销力结合
- 3) 管的稳：分解并化解销售目标
- 4) 看的清：销售的XX种驱动力
- 5) 算的远：产品、渠道与促销的组合

---

#### 4、销售技巧，君子可以不器

- 1) 大客户营销的“捕象记”
- 2) FABE，价值展示客户化
- 3) SPIN，老树如何开新花
- 4) 销售漏斗，过程管理的量化管理
- 5) 流程管控，关键节点的可控措施
- 6) 行业开发，树立标杆与联合营销

#### 5、工业品销售，三化为上

- 1) 销售力，活用人 VS 依靠人
- 2) 流程化，大概率战胜小概率
- 3) 标准化，集体智慧上的个性化
- 4) 规范化，科学运营与直觉调整
- 5) 解决方案，个性化与标准化切换
- 6) 服务营销，高价值成交之路

#### 6、资源整合，工业品销售的新趋势

- 
- 1) 勾画销售经营的商业地图
  - 2) 企业资源如何拉动销售？
  - 3) 供应链管理，向上游要销售力
  - 4) 客户关系管理，引发深度营销
  - 5) 金融租赁，谋划销售的杠杆力
  - 6) 工业服务商，让销售转型为服务