

## 市场开发与销售业务能力提升技巧

左凤山 2012 第六届中国 CEO 高峰论坛票选中国十大管理培训讲师



一.训练题目：市场开发与销售业务能力提升技巧

二.课程时数：12 小时

三.参加人员：

四.课程大纲：

### 壹. 营销管理的基础分析

(一).现在的市场景气环境低迷谈起

目前国内外市场环境简单分析（因为市场在改变所以我们要跟着变）

市场变化与我们营销能力的改善

(二).营销(MARKETING)误区（细节决定成败）

卖与买出发点的差异（企业导向与市场导向）

由企业导向转为顾客导向分析（不应该忽略的市场操作观念）

案例分析：

(三).供货商的产品销售价值链服务能力（合作伙伴与客户关系建立的关键点）

供货商营销价值链与合作伙伴观念

供货商价值链系统构造说明（我们的位置在哪里？）

营销人员扮演角色一定要有的认知

总结 市场服务开发与拿订单的差异认知

创造出无可取代的地位

### 贰. 营销服务与工作执行力检查

(一).现代业务人员的基本任务（工作细节决定成败）

销售人员的工作精细作

(二).营销人员能力该有哪些重点建设方向（销售人员能力建设偏颇在哪里）

●满足客户需求的产品知识

- 解决客户问题的知识
- 客户需求的快速识别
- 了解人的通性
- 丰富的谈资
- 顾客购买心理
- 自身形象与热情活力
- 谈判技巧

### (三).业务人员常有的工作误区在何处

以我们自己工作能力进行检讨

### (四).如何改善自己销售管理常有的误区

一.对销售工作执行力分析 (应该要有些什么)

二.销售人员工作提升与观念误区 (细节决定成败)

#### 叁. 客户长期的伙伴关系与

### (一).业务目标责任的规划和执行 (市场开发精耕执行计划)

片区计划与精耕规划

### (二).寻求潜在客户 **MAN** 技巧 (销售人员市场开发如何做好目标选定)

寻找潜在客户的操作模式

由客户分类中找出接触的方法

### (三).客户关系管理的重要操作 (企业通存的严重致命伤何在)

市场大客户数据管理的严重误区分析

市场大客户销售与服务作业的剪刀差距分析

### (四).能吸引客户购买产品的 **FAB** 说明方式

销售中一定要识别客户的利益点 (业务人员推拉力运用的严重致命伤何在)

如何做好产品说明的 **FAB** 诱导模式

如何做好公司产品优势介绍

### (五).大客户服务工作细致化

### (六).如何作好销售团队间的经验传递

案例分析：三达膜成套设备市场开发的经验传递模式

进行模式：案例介绍、观看业务人员呈报的 PPT

#### (七).某生产供应企业销售团队建设的实际经验与方法

案例分析：参考国外做法的浴火重生

#### (八).营销人员工作行为特质分析（行为模式与销售业务开发的关连性）

管理环境 **Behavioral Risk** 的「LIFO 管理行为面风险」

客户与个人工作的行为特征与特质模式

客户与部属人格特质分析（个人工作特质将严重影响销售的执行效益）

### 肆. 商务谈判与策略运用

#### (一).商务谈判与沟通

#### (二).我对业务人员谈判的观察

常有的问题到底在何处

气势何在

#### (三).现场商务谈判策略与运用技巧

▲对付压榨的策略运用方式

#### (四).商务谈判心理该有什么建设

谈判戒律有什么重点

#### (五).让步心理该有什么建设

让步戒律有什么重点

### 伍. 领导销售团队的工作参考表

#### (一).防范销售活动惰性化的行动重点表（工作检查表参考运用）

让自己的工作操作更有效率（依检查表操作就会有效率）

#### (二).销售主管日行工作检视表（工作检查表参考运用）

#### (三).营销人员销售效率提升的改善检查重点（工作检查表运用参考）

#### (四).营销人员销售能力检查分析表运用（工作检查表运用参考）