

背景

本课程以华为在全球销售人才培养过程中存在的问题为契机，深入分析华为对于销售市场的洞察，结合未来销售领域的深刻变化，充分参考美军关于未来战争的战略规划，提出具有华为特点的销售人才培养和销售平台建设思路。

解决的问题

- 1、系统了解销售人才培养的症结，规划面向未来的人才培养框架和能力模型；
- 2、掌握华为对于销售流程的规划和优化经验，了解华为铁三角运作思路和流程化组织建设的经验；
- 3、充分发挥移动互联网的优势，构建销售人才培养的后方支持平台

课程亮点

本课程的全部内容来自华为的长期实践。

目标学员

销售经理；销售骨干

主要学习程序、内容及形式

- 1 华为销售人才的培养背景
 - 猎人和农夫的故事
 - 提升销售管理水平的必要性
 - 销售队伍管理的业界观点
 - 华为一线销售人员分布情况
 - 全球华为销售人才能力培养的问题总结
 - 华为对于全球销售人才培养的关键目标
 - 管理思考 1：遵从华为公司学习发展的理念及导向
 - 管理思考 2：符合公司学习发展工作重点与价值定位
 - 管理思考 3：面向对象、面向结果的人才发展框架
- 2 华为销售人才能力提升整体框架
 - 铁三角销售人才的角色认知
 1. 铁三角的角色定位：既代表了公司又代表了客户
 2. 铁三角都是客户线，都代表客户，并对客户关系负责
 3. 铁三角的分工及角色认知
 4. 铁三角角色模型
 5. 铁三角配置建议（小）
 6. 铁三角配置建议（中）
 7. 铁三角配置建议（大）
 8. 铁三角PBC考核
 - 掌握及运用业务运作流程工具
 1. 优秀的销售流程的七大特征
 2. 华为销售业务运作的流程工具
 - 提升日常工作所需通用技能
 1. 客户线能力模型
 2. 瞄准任职要求，分层聚焦提升客户线专业能力
 3. 销售人员赋能课程架构

-
- 扎马步——销售新员工培养方案整体框架
 - 打项目——初级销售人员赋能项目方案
 - 做生意——中级销售人员赋能项目
 - 交朋友——高级销售人员赋能
 - 3 华为销售人才专业氛围营造
 - 围绕客户和交易，构建一站式工作平台，提升作战效率
 - 构建立体化作战平台，为销售人员提供全方位IT支撑
 - 客户360画像
 - 重要信息智能推送
 - 一线销售项目的运作协同
 - 项目协同——最新动态
 - 典型案例汇总
 - 客户拜访谈资
 - 专家资源池专业服务
 - 营造专家氛围，牵引专业人才不断涌现
 - 客户线连长社区
 - 创新学习方式，激发学习兴趣，加速实战经验快速捕获与共享

课程时长：1天

讲师 讲师 杜祥林

1996年加入华为，历任广州代表处副代表，光传输产品部副总监 / 北京分部总经理，国家传输干线组组长、武汉代表处电信系统部主任、副代表，捷克国家总经理，东欧地区部（罗马尼亚）副总裁，销售管理部部长，西欧地区部（英国、德国）副总裁，政府关系部部长，客户关系管理部部长；欧洲地区部（德国）副总裁，人力资源管理部部长。2011年从华为退休后，担任某知名公司董事，总裁。并担任国内数十家企业的高级管理顾问。13年返聘回华为担任高级管理顾问，并任华为大学教授，主要对企业做管理咨询和培训。主要方向是企业管理，领导力提升，市场营销、企业文化的内涵与创建、人力资源管理等方面的授课与咨询。

长期从事管理岗位工作，具备丰富管理经验、业务经验和管理理论功底，在营销管理、客户关系管理、领导力、组织执行力、企业管理与文化建设、人力资源等领域有深刻理解和丰富的授课经验。

主要讲授课程

《管理者角色认知》《高绩效团队建设》《行业客户解决方案营销方法》《华为企业文化》《华为人才战略》《构建激励型的领导思维模式》《绩效管理》《员工管理艺术》等。

授课经历

曾在北京移动、天津联通、四川铁塔、四川移动、重庆电信、新疆移动、新疆电信、新疆联通、新疆铁塔、陕西移动、宁夏移动、河北移动、山东移动、山东电信、内蒙移动、内蒙联通、内蒙电信、吉林联通、吉林移动、上海电信、辽宁移动、沈阳移动、西藏移动、西藏电信、江苏移动、江苏电信、河南移动、河南联通、贵州移动、贵州联通、江西铁塔、江西移动、青海移动、青海绿色能源、杭州中恒电气、华钴友业、中通集团，上海盛大集团、中国通信建设集团、中国重工、中石化等100多家省市电信运营商、大型央企国企公司授课，授课气场强大、风格直击主题、循循善诱、善于分享自身经验，满意度均在96分以上。

授课经历长达13年，保持着每年110班天的授课记录。