

价值 10 亿，史上客户成交最有效率的狼道实践---《独家版权》：

销售精英狼性战斗力与客户成交掌控力训练营

----- 成交巅峰实践体验营

Professional Selling Skill Training

一：课程特点：

狼性销售是华为坚决落地的“销售精神”，以良好的嗅觉、敏捷的反应和发现猎物集体攻击的鲜明特点被任正非鼎力推崇，21 年来华为始终认为市场就是核心竞争力，“客户选择我而不选择你，就是竞争力”。成千上万的一线营销人员前仆后继，以华为人独具特色的“狼性”在前线冲锋陷阵，“胜则举杯相庆，败则拼死相救”，他们集体奋斗，他们兢兢业业，伴随企业一起成长。

华为高管对狼性的彻悟：狼性就是一种团队精神，一种创新精神和顽强的拼搏精神，是一种在有限(或劣势) 环境和资源条件下求生存和求发展的手段，是一种主动奉行自然界优胜劣汰规则，优化集体的危机意识。从而在有限或劣势环境和资源条件下求生存和求发展的手段。任正非在华为内部提倡“狼性”文化。他认为狼是企业学习的榜样，“狼性”永远不会过时。“华为发展的历史，其实就是一部不断从虎口夺食的历史，他面对的是老虎，所以每时每刻不能懈怠。”

任朝彦带销售团队的实践：我们不是模仿狼，而是学习狼的品质。狼有几个突出的品性。一，目标精准，盯住目标，不离不弃；二，耐力持续，坚韧进攻；三，从不抱怨，没有失败，全力以赴；四，团队战斗，分工协作；借此，销售精英如同足球场上破门得分的前锋一样，是最终促成交易的一线战士。同时，卓越的销售团队是公司业绩的重要保障，企业应该培养一支具有狼性的销售精英和销售团队，由优秀的头狼带领精英团队，在销售中步调一致、配合默契，最终实现销售目标。

营销领导者最重要的是给您的营销团队种下一颗“狼心”——任朝彦

对于企业：每一个成功企业背后，都有一支具有狼性的卓越营销团队。每一支卓越的营销团队背后，都有经过专业锻造的 TOP SALES；TOP SALES 意味着企业竞争力、组织战斗力、业绩冲击力！

一支拥有众多狼性 TOP SALES 的企业，将为企业带来：利润、品牌、行业地位、市场话语权；

每个企业都应全力培养一支狼性 TOP SALES 的营销团队，竞争的代价是：**不惜代价！**

对企业而言，最大的成本就是没能训练出狼性 SALES！

对于精英：任正非先生酷爱《毛泽东文选》，他重新注解了“枪杆子里面出政权”这句话：企业

最重要的是将产品卖出去。因此，销售是一场与竞争对手的 PK，如同经过艰苦训练最终赢得比赛的运动员一样：心理与生理的准备、临战的技能、获胜的欲望等，都是或不可缺的要素。但是，**赢得内心的战斗力才是首要因素**。经过卓越绩效的营销团队实践证明：那些意志坚强的销售精英、在压力下毫无惧色的销售精英、在逆境与失败面前奋起抗争的销售精英，往往是业绩突出的销售精英！

事实证明，狼性销售者更能成为卓越的绩效者！

二：课程目标：

- 让销售精英有一颗积极正向的销售动力，培养狼性销售品质；
 - 让销售精英认识到销售对企业发展的价值，有成长有未来；
 - 让销售精英认识销售对于企业竞争力的责任与使命；
 - 让销售精英认识到什么是障碍？什么是失败？从消极到积极，赢在行动力；
 - 让销售精英不要被人拒绝就心生恐惧，成交需要系列策略与方法；
 - 改变企业业绩在几个销售英雄的贡献上，在团队上出业绩；
 - 掌握有效的销售计划制定，有策略地开发客户；
 - 掌握有效地掌控成交，让销售不断出成果；
 - 如何处理客户的异议并快速地取得定单；
-

三：本课程核心结构：

- 正确塑造狼性销售心态，将命运把握在销售精英手中；
 - 聚焦客户的需求关键要素，全力出击；
 - 专业销售的策略思考能力和卓越的行动力；
 - 分析客户的购买的决策模式和决策行为的高效能力；
 - 专业的引领客户偏好和成交的掌控力；
 - 客户关系发展和管理能力；
-

四：本课程学员将掌握以下工具：

- 来自于500强企业的MTSS客户营销分析工具；
 - 客户BBST购买行为学分析技术；
 - P&G的OGSMT分析技术；
 - PSST专业大客户成交术；
 - KSTI客户关键话术呈现技巧；
 - 狼性自我激励技术；
-

五：本课程提纲：

第一单元：市场赢思维与狼性销售

1. 华为狼性营销解析
2. 任正非的总结
3. 市场赢思维与狼性

4. 企业销售竞争的关键要素
5. 销售如何突围
6. 什么样的战斗力决定销售绩效
7. 狼营销能解决销售的关键问题
8. 准----客户需求分析力
9. 稳----流程化销售力
10. 快----策略成交力
11. 久----客户关系发展力
12. 掌控客户就掌握销售主动权
13. 客户购买动机行为路径图
14. 客户购买行为学-AIDMAS
15. 以客户为中心的狼性销售
16. 如何突破低绩效的瓶颈
17. 总结：营销不是“卖”，而是“买”



第二单元：狼性销售的“九阴真经”

18. 聚：客户需求专注力
19. 专：专业的销售行为学
20. 准：准确分析客户，时机要准；
21. 勇：敢于亮剑，以弱胜强；
22. 猛：集中一点，重点攻击；
23. 狠：抓住重点，咬住不放；
24. 抢：全力以赴，无畏强敌；
25. 智：巧妙诱敌，掌控资源；
26. 攻：自我激励，团队互进；

第三单元：狼性竞争性销售与“虎口夺单”

27. 客户策略性分析技术
28. 客户分析的工具
29. 梳理客户需求
30. 如何建立客户需求结构图
31. 把握客户关键需求要素
32. 分析竞争对手
33. 竞争对手分析专业图示法
34. 我公司与竞争对手的优势对比图
35. 寻找突破口
36. 竞争性销售的策略分析
37. 如何抓住关键“抢单”动作
38. 抢单的“谋”
39. 抢单的“策”
40. 抢单的“诡”
41. 如何通过客户内部成员“抢单”
42. 如何通过竞争对手人员“抢单”
43. 案例分析



第四单元：掌控成交在销售行为学

44. 认识销售链
45. 客户销售中的“挖金矿原则”
46. 客户需求结构中的金字塔
47. 专业询问与了解需求
48. 如何做专业询问
49. 专业询问的四种方法
50. 四种询问式的案例探讨
51. 专业询问方式的利弊
52. 专业询问的注意点
53. 询问中的记笔记的方法
54. 探询中为什么要重视重述
55. 探询中为什么做总结
56. 总结对销售成功的作用
57. 专业的销售聆听
58. 倾听与反馈
59. 工具：如何形成客户需求描述卡！
60. 如何整理需求线索
61. 总结：传统销售技巧与专业销售的分析
62. 销售在说服力与销售信服力
63. 如何做专业的说服
64. 专业陈述方法论
65. 客户利益结构分析
66. 呈现利益的话术模式
67. 演练：列出公司业务或产品的十个利益陈述点
68. 信服的三个核心按钮
69. 一：打动情感
70. 二：调动想象
71. 三：帮助理解
72. 成功销售模式;2个50%原则
73. 成交建议的内容与价值
74. 成交建议的注意事项

第五单元：有效客户跟进提升战略合作客户关系

75. 跟进的重要性
76. 80%的客户是在跟进中实现的
77. 跟进的方法和技巧
78. 跟进是提高销售能力的重要方法
79. 以建立关系和好感为中心
80. 以解决客户疑虑为中心
81. 以快速成交为中心
82. 三类跟进的类型
83. 服务性跟进(已成交的跟进)

- 84. 和客户多沟通，进行思维引导；
- 85. 帮客户做些工作外的协作
- 86. 有效跟进策略性计划
- 87. 客户影响力塑造

第六单元: 课程回顾与总结

- 88. 现场演练：狼性销售工具整理与实践
 - 89. 总结：如何成为卓越绩效的销售精英；
-

TOP SALES