



虎口夺单-狼性大客户销售精英训练营

课程背景

狼群是最具战斗力，能在最严酷的自然条件下生存的群体。狡诈、勇敢、机智、凶残、雄心、耐性是它的代名词，虽然是带有色彩的贬义词，但也无可否认，这也是这一群体生命力强的具体体现。它们在与对手交锋中，通过精密的分析、布阵、抓住机会，准确攻击，手法狠毒，一举把对方全歼，从而打赢一场场生存大战。

VUCA 时代的企业面临更加充满挑战和机遇的市场环境，企业销售人员面临的工作任务也越发复杂和挑战。需求的把握、风险的管控、项目的推进、达成共识的沟通、系统有效的传帮带、经验的沉淀……这些都是我们迫切需要解决的问题。如果将狼的态度与意志移植到企业销售精英的大脑中，将狼群的法则用在我们销售团队的运作与管理上，那么我们就拥有了像狼一样嗅觉灵敏、目光敏锐、主动出击、协同作战、忠于集体的销售团队及销售精英，在市场日新月异变化的竞争当中无往而不利，让企业超倍速赢利！

销售人员可能没有太多前人的经验可以借鉴，企业牛人必然是花了好多学费才成就的，毁无数个项目成为很牛的销售经理，流失无数个客户成为很牛的销售总监……，很多时候都是靠摸索、砸钱、不断试错找出路。结果固然重要，可是过程中所发现的问题、碰到的雷区、决策的效果……这些宝贵的经验教训却更加重要。这些牛人一旦离职，对企业来说不仅学费白交，还可能影响正常的运营甚至关乎企业存亡。所以这些牛人的经验教训必须要记录、保存、研究、推广。

本训练营正是针对目前在销售中普遍存在的行为与习惯不规范、随意性较大，不够职业化，从而影响到企业形象和工作效率等问题，通过培训使学员能够全面、系统地了解 and 掌握作为企业大客户销售人员应具备的规范与职业化特质。通过培训对过去的行为习惯进行改善与调整，从而逐步塑造出一名现代企业销售人员应有的职业化特质。

课程目标

- 提高销售人员商务沟通能力、强化团队共同创造
- 系统回顾销售工作，并针对最佳实践萃取模型
- 打造像狼一样具有专业销售技能的销售精英团队
- 打造像狼一样具有默契及超强执行力的销售团队及销售精英

课程特点

- 培训内容的系统性：在较短的时间内将职场人士应掌握的理论知识和技巧要义科学地组合为一个整体，使受训者能够十分全面、系统地掌握知识、提升技巧；
- 培训方式的多样性：采用讲师讲授、案例研讨、角色扮演、音像视频、情境模拟等多样化的方式实施，特别强化演练式培训，根据受训企业和学员的工作实际，调整、编写具有针对性的案例；
- 培训成效的实用性：培训着重强化“知”、“行”合一，注重培训效果的评估，以促进学员将所学知识、技巧和方法在实际工作中的转化与应用，更加突出培训的效果。

课程对象

建议学员为以下产品类型公司，客户群体为政（政府、事业单位）企（国企、央企、民企）大客户（单次采购或者累积采购订单较大）的销售人员、销售培训师、有意愿培养下属的销售管理者参与

- 1、高新科技：新兴能源、环保科技、其他高新科技等
- 2、电气自动化：机电设备、特种设备、数控机床、通用设备、医疗器械配套零部件等



- 3、生产原材料：化工原料、新型材料、工业原材料、建筑材料、农业原材料
- 4、建筑工程：工程机械、工程项目
- 5、广告传媒：纸质传媒、互联网传媒、电视传媒、楼宇传媒、其他传媒
- 6、通信 IT：IT 软件、系统集成、仪器仪表
- 7、高附加值服务：第三方物流、咨询/培训服务、金融服务（对公）、检测认证、对公汽车销售、会员类产品销售、其他对公服务

课程时间

2 天

输出成果

- 客户画像
- 客户销售业务流程
- 销售关键工作内容
- 关键销售动作分解
- 关键销售动作销售话术
- 销售管理工具（表格）

课程大纲

第一天

破冰：狼性团队建设（9:00-9:30）

思考：什么是狼性？如何将狼性运用在销售工作中？

第一部分 销售流程分析及具体工作（9:30-10:30）

- 销售流程分析
- 具体工作分析

第二部分 销售关键节点梳理

• 提前准备电话约访（10:45-11:30）

- 销售人员应该具备的心态
- 寻找客户的途径
- 客户信息的收集及分析
- 制定拜访计划
- 商务礼仪的准备
- 销售工具的准备
- 电话约访技巧

【实战练习】电话约访话术

• 初步接触建立印象（11:30-13:30-14:00）

- 几种常见的开场方法
- 避免开场白中容易出现的陷阱
- 如何赞美客户？
- 如何与客户寒暄

【实战练习】开场白话术



- 调查研究了解需求 (14:00-15:00)
 - 客户需求的种类
 - 了解客户需求的有效方式——顾问式销售
 - SPIN 提问技巧挖掘客户组织需求及个人需求
 - 【实战练习】探询需求提问话术 (面对客户应该提问哪些问题，搜集哪些信息和情况)
 - 小组提问练习)
 - 如何有效引导客户购买需求
- 呈现价值证明实力 (15:15-16 : 30)
 - 如何有效塑造产品的独特价值，激发客户的兴趣
 - 如何针对不同部门的人介绍产品，满足不同需求
 - 透过证据说服客户
 - 获取承诺
 - 思考：项目中断的标志
 - 【实战练习】公司、产品 FAB 话术

第二天：

- 深度接触巩固关系 (9 : 00-10 : 30)
 - 思考：我们有哪些深度接触的方法
- 分析客户内部评估小组的不同角色及立场
 - 思考：如何迅速明确决策层,执行层与影响层关系？
- 分析客户内部关键决策人
- 如何与决策人建立私人关系的建立方法 (送礼、宴请、宴会气氛如何调节等基本要求)
 - 【实战练习】邀约吃饭及送礼的技巧
- 方案设计处理异议 (10:45-12:00)
 - 如何做好方案的报价
 - 思考：报价后没有反应怎么办？
 - 什么是异议
 - 如何有效解除客户常见异议
 - 价格异议
 - 质量异议
 - 其他异议
 - 【实战练习】异议的处理技巧话术
- 商务谈判签订协议 (13:30-15:00)
 - 项目评估——我们有赢得可能吗？
 - 最后确定价格的考虑因素
 - 商务谈判的技巧



- 促成签订协议的技巧
 - 【实战练习】商务谈判的技巧
- 售后服务客户管理 (15:15-16:30)
 - 签订合同后的主要工作
 - 思考：如何做好售后回访？
 - 如何要求客户转介绍
 - 如何做好老客户的管理
 - (全文完)