

销售目标管理落地方案班

课程背景

“没有目标就没有管理”，对于任何一名管理者来说，目标管理是管理团队的基础。对于销售型组织来说，销售目标管理不仅仅关注销售目标的科学制定与拆解，更要关注关键成果的达成。《销售目标管理落地方案班》从销售目标的设定，过程的监管和结果的反馈三大系统出发，帮助销售管理者制定实战落地的销售计划，从而保证销售目标的有效达成。

如何你正面临以下问题，需要来学习这门课程：

- ◆ 缺少销售目标管理体系，把目标管理当成了目标分解；
- ◆ 制定销售目标时轰轰烈烈喊口号，执行落地大打折扣；
- ◆ 销售业绩过于依赖销售大牛，没有可复制的标准化模版；
- ◆ 铁打的营盘流水的兵，只关注人员管理而忽视了事儿的管理；
- ◆ 销售管理者依然是大 sales 角色，缺少业务规划与下属管理能力；
- ◆

适合对象

- ◆ 寻找市场中新的销售增长点，制定销售策略的销售总监和企业一把手；
- ◆ 将销售计划落实到业务动作，提升销售团队执行力的区域或项目负责人；
- ◆ 对客户进行精准化赋能与管理，提升自我工作效能的企业销售人员。

强烈建议：

此课程既适合销售主管对销售团队做目标管理，也合适销售人员对客户做目标管理，同时也适合销售人员自我目标管理效能提升；

为保证学习落地效果，请企业一把手带领销售总监、销售经理及营销团队一起参与

课程收益

掌握销售目标达成的三大系统；

输出一套定制化销售执行方案

提升学员目标执行过程管理能力；

强化学员目标管理的责任意识；

实现销售目标管理闭环实战落地。

课程工具包（资料包）

1、落地工具表格

《供需连模型》

《销售目标（5维）分解表》

《个人梦想计划书》

《销售行动计划表》

《销售计划甘特图》

《经理授权说五遍》

《ORID 聚焦性谈话》

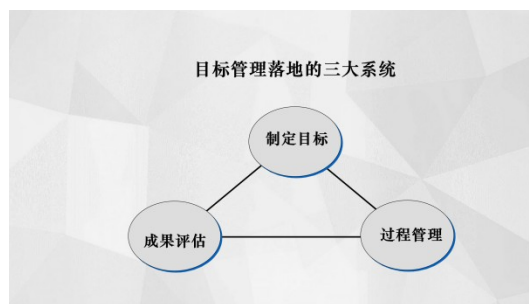
《绩效面谈反馈表》

2、年度营销方案模板

课程亮点

- ◆ 结合企业真实业务场景，课程现场输出年度销售方案；
- ◆ 对企业的经营数据进行复盘，发现增长机会绩效改进；
- ◆ 通过团队共创等学习形式，跨界学习研讨新销售思维；
- ◆ 课程中提供大量的落地工具，上午学完下午就能应用；
- ◆ 课后完成学员作业追踪辅导，帮助企业落地销售方案。

课程大纲



年度销售任务分解方法

分析内容	划分维度					分析方法	参照系数
	P产品	R渠道	T团队	客户	T时间		
销售	品类	零售	个人	职业	年	成分对比	目标
利润	品牌	团购	小组	年龄	季	项类对比	竞品
费用	系列	分销	店面	来源	月	频率分布	均值
成本		电商			周	相关分析	底线
投入					天		其它
ISP						分析方法	

第一单元、销售目标达成路径

一、销售管理的核心动作

销售的本质是价值交换

组织销售的核心在于管理

管理的“可量化、可视化”

客户数量、质量、结构

输出成果1：销售供需连模型

二、销售目标达成路径

1、销售目标达成五个分析维度

销售目标达成路径之一：渠道

销售目标达成路径之二：客户

销售目标达成路径之一：产品

销售目标达成路径之二：人员

销售目标达成路径之一：时间

2、销售目标分解量化指标

完成率、增长率、结构占比……

实战演练：销售任务增长66%，增长点来自哪里？

输出成果2：销售目标（5维）分解表

第二单元、目标管理推动增长

一、目标管理激活组织

没有目标管理就没有管理

目标管理的本质是用目标推动管理

团队目标与个人目标相结合

活动体验：如何设定更高任务目标

二、目标管理激发个人

哈佛大学 25 年追踪报告

对过去一年的成就复盘

以终为始的个人目标制定

输出成果 3：梦想计划书

三、从目标管理到 OKR

彼得·德鲁克：MBO 目标管理

安迪·格鲁夫：OKR 目标与关键成果

OKR 与 MBO 的区别

实战案例：安迪格鲁夫带领英特尔转型

第三单元、销售目标落地目标拆解

一、如何制定销售目标？

1、销售目标设定的原则

销售目标设定 SMART 原则

公司战略方向决定目标设定

2、销售目标设定的依据

参考历史数据

参照竞争对手

参考市场机会

二、三级销售目标设定

任务目标

流程目标

工作目标

实战演练：制定本部门三级销售目标

三、销售目标达成策略

1、销售达成关键价值链梳理

从人控到技控

BEM(吉尔伯特的行为工程模型)原因分析

实战演练：销售达成关键价值链梳理

2、销售目标达成行动计划

描述业务现状

分析差距原因与增长机会点

探讨可选择方案

制定行动计划

输出成果 4：销售行动计划表

输出成果 5：销售计划甘特图

第四单元、销售目标落地过程管理

一、销售团队训战赋能

1、三大战役复制销冠

入门训练：四大内容模压式训战
随岗辅导：基于职业周期的销售训战设计
专项训练：销售流程标准化经验萃取
实战案例：阿里巴巴271法则

2、销售主管随岗辅导

随岗辅导的五个步骤
过程监控的四把钢钩
实战案例：鹰的训练课程

二、销售团队激励机制

1、销售团队激励原则

人员激励的两大理论依据
销售团队激励的四个原则
95后人员特点与激励方式
实战案例：参与感是最好的激励方式

2、销售团队激励方式

物质激励薪酬设计原则
精神激励的10个方法
销售型团队PK竞赛
实战案例：某公司积分制管理激励

3、销售管理者授权激励

授权的范围和人员
授权的步骤、流程、方法
实战演练：授权重要的事情说五遍
输出成果6：经理授权说5遍

第五单元、销售目标落地结果反馈

一、销售结果反馈的意义

结果反馈面谈的意义
反馈面谈的三个技巧（方向、方法、方式）
输出成果7：ORID聚焦性谈话

二、针对不同销售结果的绩效面谈

每个月业绩都很优秀，怎么谈？
每个月业绩都不理想，怎么谈？
这个月业绩不理想，怎么谈？
年龄大时间长的员工，怎么谈？
过分雄心勃勃的下级，怎么谈？
沉默内向的下级，怎么谈？
发火的下级，怎么谈？

输出成果8：《绩效面谈反馈表》

第六单元、训战结合：销售计划方案

一、方案输出训战结合

学以致用，结合企业真实情况每个小组输出一份行动方案；

小组成员共创利用 1-2 个晚上的时间进行方案撰写与验证；
各小组针对本组方案进行展演（预计 2-3 小时），老师给与点评；
每位学员课后一周内提报个人销售行动方案，老师给与一对一点评。（此项服务为收费项目）

二、销售计划方案报告模版

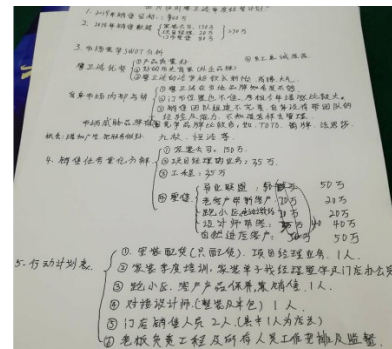
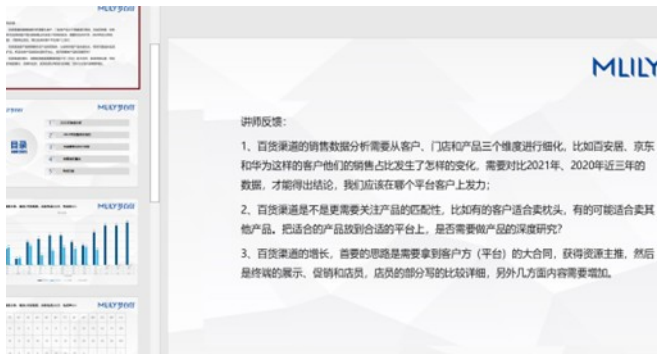
目 录 content	Part 1	22年销售数据分析
	Part 2	23年销售目标规划
	Part 3	销售任务量化分解
	Part 4	指标达成路径规划
	Part 5	市场竞争SWOT分析
	Part 6	人员组织架构规划

销售目标达成计划报告模版

- ◆ 年度销售目标
- ◆ 同期销售数据复盘分析
- ◆ 市场竞争 SWOT 分析
- ◆ 销售任务指标量化分解
- ◆ 销售行动计划表
- ◆ 考核激励保障措施
- ◆ 费销比分析

企业定制化报告样本

三、企业辅导案例展示（部分）



全课程目录完