

课程介绍

名称 打通销售管理

时间 两天

对象 销售总经理
销售主管
销售运营主管

目标 帮助学员掌握销售过程及管理的原理、方法和工具，建立从目标客户、销售线索到销售活动的监控管理体系，并培养销售主管辅导技能。

简介 销售方法论和工具，销售漏斗管理的基本原理和指标，颜色管理和辅导技能。

建议人数 20-30人

道盆里的销售线索和锅里的目标客户是否足够，吃了这顿没下顿。

- 销售报表和客户关系管理软件没有理论依据，缺乏分析方法，销售团队对表格烦不胜烦，管理层又不知道有效地利用这些报表，无法掌握销售现状，不能在销售例会中辅导下属，也不能产生合理的销售计划。客户资料、销售线索的信息掌握在一线销售人员手中，自生自灭。
- 销售团队没有先进和统一的销售方法，也没有共同的战术语言，对客户、销售线索和行动的描述不完整和深入。往往各有招数，各自为政，好的打法和话术难以分享、学习和沉淀。
- 销售水平参差不齐，业绩依赖于个别骨干和老板，极大的影响了整体销售能力，难以适应激烈的市场竞争。不仅客户不满意，也从根本上威胁和制约了企业的生存和发展。

课程大纲

- **基本原理**：销售漏斗是打通从目标客户、销售线索到销售活动的过程，是销售管理的基础。销售漏斗管理体现了客户拓展策略的精髓，帮助企业形成共同的打法和销售语言。
 - ◇ 销售漏斗的原理、设计
 - ◇ 销售漏斗指标的计算
- **销售目标的制定**：根据平衡积分卡将销售指标分解成财务指标、过程指标、学习发展指标和客户满意度指标，其中，财务指标又包括增长指标、盈利指标和流动性指标。销售团队管理者应该根据市场的攻守模型，设定上述指标的目标值和权重。
 - ◇ 时间管理中的沉睡的石头
 - ◇ 案例讨论：如何平衡增长、赢利和现金流三类指标
 - ◇ B2B客户管理模型
 - ◇ 销售目标的细分：幂的力量
- **销售目标的分解和颜色管理**：根据 PDCA 循环，将销售目标进行细分，形成计划、实施、检查和反馈的循环，针对绿黄红黑四类下属的分类方法，采取不同的辅导策略。
 - ◇ 销售目标和销售现状分析
 - ◇ 销售漏斗报表检查及制定下一步行动
 - ◇ 绿黄红黑四类员工的分类方法及辅导策略
 - ◇ 分组演练和角色扮演

课程介绍

名称 打通销售管理

时间 两天

对象 销售总经理
销售主管
销售运营主管

目标 帮助学员掌握销售过程及管理的原理、方法和工具，建立从目标客户、销售线索到销售活动的监控管理体系，并培养销售主管辅导技能。

简介 销售方法论和工具，销售漏斗管理的基本原理和指标，颜色管理和辅导技能。

建议人数 20-30人

打通销售管理

课程帮助您解决的问题

- 大多数企业没有完善和科学的销售管理方法，只知道结果，却管理不到过程，吃着碗里的订单，却不知

- **激励**：将公司目标和个人目标相结合，员工把企业当做个人发展的平台，主动自发地工作。在课程中，销售团队将学习到能力模型和职业生涯规划的基本原理和方法。

- ◇ 如何定义销售能力
- ◇ 能力评估销售模式下的能力模型
- ◇ 能力评估的方法
- ◇ 能力评估结果用于销售绩效管理的方法

- **工具和表格**：

- ◇ 《客户关系发展表》
- ◇ 《痛点影响分析表》
- ◇ 《价值建议书》
- ◇ 《竞争矩阵表》
- ◇ 《屏蔽竞争对手表》
- ◇ 《营销顾虑成交表》
- ◇ 《销售漏斗报表和指标表》

- **销售例会和辅导**：建立销售例会的机制，通过观察记录、发现问题、提出期望和激励反馈，帮助下属找到销售过程中的问题，并提出下一周的销售计划。帮助销售主管培养辅导的能力，在实战中不断提升销售团队的销售方法和战斗力，帮助企业形成共同的打法和销售语言。

- ◇ 积极的辅导方式
- ◇ 辅导的四个步骤
- ◇ 观察和记录
- ◇ 发现问题
- ◇ 提出期望
- ◇ 激励反馈

- **销售过程管理**：介绍销售流程改进的意义，销售漏斗的基本原理，使销售主管能够设计、查看和分析销售报表，并通过容量性指标和流动性指标管理销售团队。

- ◇ 改进流程的意义
- ◇ 改进流程的步骤和方法-DMAIC
- ◇ 销售漏斗原理
- ◇ 容量性指标和流动性指标
- ◇ 销售漏斗报表