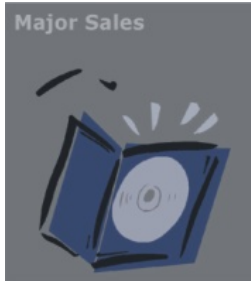


# 《解决方案式销售：深度营销策略与行动指南》

标准课时：2 天

## 【课程概览】



被誉为“全球第一 CEO”的原美国通用电气首席执行官杰克·维尔奇曾说过：“我们发现一个不争的真理：如果我们所做的一切是使客户更加成功，不可避免的结果是对我们财务上的回报。”面对产品同质化且客户需求日趋复杂的市场，企业营销如何胜出？解决方案式销售开辟了一条成功路径——从单一产品推销，转变为提供解决问题的方案与资源，致力于客户经营成功。销售演化为一个深度诊断客户问题、需求与关注的过程，担当顾问而不只是做推销，提供方案而不只是卖产品。

完整的解决方案式销售的策略、技巧与应用工具是必需掌握的，如此才能成为客户乐于接受的商业合作伙伴，并最大限度提高订单赢率。这也是销售的最高境界——成为客户的顾问，协助客户完成既定目标所需的工作任务。本课程为致力于解决方案深度营销的从业人员提供一套全面、系统的行动指南，实战解析六个核心阶段——市场机会分析，客户需求调查，产品方案制定，订单交易达成，实施过程管理及客户关系维护，提供解决方案式销售的路径图。

## 【培训对象】

中高级销售人员的技能优化和专业升级，尤其适用于 B2B（企业对企业）业务类型领域，如工业品销售、技术型销售、大客户销售、项目型销售等大宗生意交易，从一线应用层面入手，实操性强。

## 【学习收获】

- 突破传统销售思维和行为模式，变产品推销者为问题解决者，提高成交率
- 学会提前收集和研判客户业务问题，准备预案和构想，做建设性拜访
- 掌握 SPIN 顾问技术，在销售访谈中引导和帮助客户发现问题，讨论对策
- 应用 3 类人需求模型，多维度分析客户的深层需求与关注，界定商机
- 基于 3+5 利益法则，精准提供产品、服务和解决方案，并在竞争中胜出
- 通过对客户关键人员的深度研判，制定前瞻性的销售策略和行动计划

## 【授课方式】

- 采用情景式培训，运用丰富的真实案例和全程互动演练诠释实用的销售策略和成交技法
- 定制的课程练习与专题讨论确保培训与学员实际工作密切相关，力求实战、实用、实效
- 提供一整套工具表单供训后参考使用，帮助学员在专业销售领域积累经验，快速成长

## 【内容纲要】

### 01 深度营销路径——从商机发现到对策

- 深度诊断客户经营中的关注与需求，提供解决方案

### 02 市场机会分析——做销售策略性规划

- 收集、研判客户可能有的业务问题，寻找潜在商机

- 从单一产品交易转型为担当业务顾问与协作支持
- 定位商业合作伙伴，致力于客户经营成功
- 保持长效联络，培育客户忠诚，实现企业持续盈利
- 基于竞争形势和企业优势资源，拟定对策和预案
- 带着构想见客户，提供建议或帮助，做建设性拜访
- 解决方案工具表单——市场机会评估表

### 03 客户需求调查——SPIN 顾问技术解析

- 了解客户业务的现状，从中判断有可能存在的问题
- 找到客户的困难、不满，并揭示潜在的后果或影响
- 引导客户关注解决问题后的回报，产生行动意愿
- 解决方案工具表单——销售访谈计划表

### 05 解决方案制定——3+5 利益法则应用

- 精准提供产品或服务解决方案，呈现客户利益
- 3 大企业利益：解决客户的市场、竞争或运营问题
- 5 种个人利益：从安全感到工作业绩、职业发展等
- 解决方案工具表单——解决方案制定表

### 07 客户切入策略——对接三大焦点人物

- 寻找接纳者，收集客户内部情报，开辟下一接触点
- 对接不满者，发现潜在问题并促发解决的意愿
- 争取权力者，呈现方案和商业价值，获得高层支持
- 解决方案工具表单——商机计划行动表

### 04 商机深度发掘——客户需求分析模型

- 3 类人需求模型：客户的客户、对手及客户的企业
- 深度分析客户最关注的 3 类人问题，发掘隐性需求
- 从市场、竞争或运营层面，引导客户寻求对策
- 解决方案工具表单——客户需求分析表

### 06 行业深度营销——解决方案三大组件

- 基于市场细分与行业客户差异，开发定制化产品
- 深度参与、协助客户经营管理，提供一体化服务
- 人员配置和业务支撑到位，建立专业化组织
- 解决方案工具表单——行业应用规划表

### 08 订单交易达成——销售进程计划管理

- 持续取得销售进展，有效发展客户关系
- 销售进程四种结果：成交、进展、拖延、无交易
- 客户关系四个层级：认识、约会、伙伴、同盟
- 订单交付与客户维护：从产品营销转为服务营销