

当责素质的销售人员

概述

许多的销售人员在执行本职工作的时候，不但能够卖力做好，也还主动提出进度的报告。但是，碰到需要与他人合作或协作的时候，态度就发生极大的变化，一般的态度有六类：

- 不看不理：看到问题发生，但不是自己的事情，就当作没有看到
- 关我啥事：你问他怎么不说？他说：「这不是我的责任范围，说了，怕被别人讨厌」
- 都是他害：你问他怎么发生的？他说：「都是他害的，不是我的问题」
- 随便你吧：你要他配合。他说：「随便你咯，你要怎么样就怎么样，如果还有问题，就不是我的责任哦」
- 掩饰行迹：你问他事情的过程是什么？他的说辞会避重就轻，把自己的问题或责任轻轻带过
- 等等看：你问他怎么不快点进行？他说：「不急，事情自己会解决的，明天再看看」

销售领导在面对这些销售人员的时候，总是有很大的无力感。销售人员已经把自己的工作做好，绩效考核也不会差。但是，有太多的工作很难在职位说明书写得清楚！经过销售领导的要求和说服下，销售人员就会说：「好吧！看在老板你平时对我不错的状况下，我会做！这是看在您的面子了！」销售领导的心中就一阵阵的苦~~~完全是不懂感恩的销售人员呀！

销售人员要理解「负责」的态度已经是不够的，「当责」才是核心。「当责」是对结果负最后的责任；「当责」有主动的涵义；「当责」不是只是为别人，更是为自己。「当责」不是一个形而上的概念，而是有清楚的定义，有清晰步骤的做法。「当责」也是在选拔人选中最重要的一个标准。

客户购买的原因是什么？会考虑些什么？心理的变化是什么？现代销售人员要如何面对现代的客户？掌握客户的购买心理才是成功销售的保证。

销售人员应该着眼于可控事项，优秀销售人员应有的七个心智模式，并能够有高度激情地发展客户及业务。

信任是交易的基础，没有信任就没有交易。什么叫做关系？关系就是建立在互信基础发展出的合作模式。销售人员要如何能够在最短的时间内建立客户对自己的信任，这就是成功销售的关键。

学习流程

在课程中，学员将通过不同形式学习活动，来学习以下课题：（这些活动将包括小组与全体讨论、个人与结队练习等…）

- 当责是普遍被认定的价值观
- 关键时刻是验证当责与否的时机
- 面对问题的时候，心态的转变：从颓废的漩涡到圣严法则
- 掌握客户的购买心理及购买阶段，对应发展自己的销售步骤
- 销售成功的基石是信任，如何有效获得客户的信任
- 如何进行暖场

课程收益

在课程结束后，学员将学会以下技巧及收获：

- 当责与负责的定义差别
- 如何判断关键时刻及当责和负责的行为
- 辨别颓废漩涡的语言和行为
- 掌握圣严法则的关键，持续成长
- 掌握客户购买的心理学
- 获得客户信任的技巧
- 见面后，快速热和场面的技巧

当责素质的销售人员			
模块	课程大纲	时间分	教学方法
课程导入	<ul style="list-style-type: none"> • 开场（客户方） • 破冰活动 • 研讨公约 • 课程介绍 • 讨论：学员面临的挑战是什么？ 	15分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 猜猜看 • 小组讨论
第一单元 当责的定义	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：识别什么是当责销售，面对关键时刻的心态决定人生 • 当责的定义：当责不是中国传统的观念 • 负责对当责：负责是对区域和行为负责，而当责是对结果负责，当责比负责是更重要的价值观 • 当责的困难：拥有当责的价值观不是一件容易的事情，是要下决心和坚持信念的。 • 关键时刻：在关键的时刻，就能够展示这个人是否真正具有当责的价值观；也就是说关键时刻就是考验的时刻，决定这是一个什么样的人：操守和行为的关联。 • 活动：识别销售人员的关键时刻及行为 	90分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 工具介绍 • 小组讨论
第二单元 当责的原理	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：当责销售的实践步骤及方法，初步理解圣严法则的原理 • 颓废的漩涡：面对关键时刻，进入颓废的漩涡是一个正常的现象，所以问题不在于进入颓废漩涡，而是如何快速走出。 • 圣严法则：“面对它、接受它、解决它、放下它”的圣严法则就是标准的当责行为过程，也是能力提升的过程。 • 选择决定命运：一个人的幸福决定于在面对关键时刻的抉择，在解决挑战的过程，就是提升能力的循环，更是建立获得销售成功的能力。 • 活动：当责销售人员的九个情境 	120分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 工具介绍 • 小组讨论 • 角色扮演
第三单元 销售的基本原理	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：让学员了解客户的购买流程就是一个决策流程，而销售要跟着客户的韵律而动，才能掌握客户的需求，提供产品/服务/方案 • 销售的定义：帮助客户做出决策与采取行动的过程 • 三种购买的原因：改善、追求、避险 • 传统和现代销售模型的比较 • 购买者的关注点变化：阶段一、二、三 	90分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 技巧演示 • 话术准备 • 小组讨论

	<ul style="list-style-type: none"> • 销售过程管理：销售步骤对应购买阶段 • 活动：客户可能拥有的问题或客户的购买流程 		
<p>第四单元 快速建立信任</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：获得客户的信任是销售成功的重要基础，如何使用正确技巧获得客户就显得非常重要。 • 建立信任的方法：经验、组织、推荐、你 • 聆听技巧：聆听和寻问 • 五种助语的使用 • 如何有效暖场 • 活动： <ul style="list-style-type: none"> - 让学员熟悉助语的用法 	75分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 技巧演示 • 话术准备 • 小组讨论 • 二人角色扮演
总课时长：	6小时 30分		
休息时间：	上下午各一场 15分钟休息		
中饭时间：	1个小时		