
概述

在高价格的产品/服务/方案销售的过程中，最后的结果有三类：

1. 得标：客户认为我们提供最好的方案，也确实有能力交付承诺。
2. 失败：客户认为竞争者比我们优秀，对他们的交付有信心。
3. 流标：认为没有一家公司可以满足需要，也不认为现在是适当的时机进场。

企业在做高价格采购的时候，审核的过程必定是非常严谨，也同时有许多关系人参与其中。而财务部的参与必定非常积极，因为采购后的绩效预测是财务部的工作，因此，这个销售过程所需要的技巧已经超越一般的销售技巧的范围，已经进入策略的高度。

这个课程的设计是以前期的销售拜访中的资料收集及概念确认，做财务的投资计算，最后到客户采购委员会做“价值提案的简报”，在这次的简报中，采购委员会听取销售经理的提案，销售公司是如何满足/超越采购委员会的期望。在大部分的情况，采购委员会在会后做出决定，然后就开始走签约流程。可以说，销售经理经过数月（甚至是数年）的努力耕耘是否能够回收，就看这一次的简报了！但是，大部分的销售经理只是把营销部门或技术部门的简报稍稍整理就上台报告，凭借过去时间的关系经营，就以为轻松过关，而多半是铩羽而归。

本课程的设计，是针对销售过程中最后，也是最重要的一个环节：价值提案的简报（标书简报）的呈现。这个简报的内容不是公司介绍，也不应该是产品介绍，更是向客户演示销售公司是如何满足客户的需求，创造价值，让客户的每一块钱的投资都得到回报。

在整个销售的过程中，所有前期的努力，都会在最后一次的提案简报会议中呈现。销售人员必须在提案会议前，做足准备的工作，影响客户内部的相关人，理解客户所面对的挑战，需要什么样的解决方案，然后在销售价值简报（标书简报）的时候精彩演出，完美的答辩后，获得最后的成功。

在课程的进行中，讲师透过原理讲解和工具介绍后，学员就开始进行自己项目的准备工作，高度互动及引导的活动，让学员有机会制作一份自己的简报，同时做简报时的角色扮演。

价值提案销售简报 计划表

价值提案销售简报 计划表							日期: _____	
产品信息:							汇报人: _____	
序号	项目/产品/服务	客户/需求/痛点	解决方案/价值主张	竞争优势/差异化	实施/交付/支持	预期收益/ROI	备注	
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								
21								
22								
23								
24								
25								
26								
27								
28								
29								
30								
31								
32								
33								
34								
35								
36								
37								
38								
39								
40								
41								
42								
43								
44								
45								
46								
47								
48								
49								
50								
51								
52								
53								
54								
55								
56								
57								
58								
59								
60								
61								
62								
63								
64								
65								
66								
67								
68								
69								
70								
71								
72								
73								
74								
75								
76								
77								
78								
79								
80								
81								
82								
83								
84								
85								
86								
87								
88								
89								
90								
91								
92								
93								
94								
95								
96								
97								
98								
99								
100								

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…）

- 介绍价值销售的基本原理
- 透过架构及工具来设计价值提案
- 进行财务计算价值提案的投资回报率
- 使用模版制作销售价值简报（标书简报）
- 报告后的答辩及处理客户质疑的技巧

课程收益

在课程结束后，学员将学会以下技巧及收获：

- 了解价值销售的基本原理和架构
- 从客户为出发点，制作价值主张，可以在简报前的业务推动，也用于简报中
- 掌握访谈技巧，获取客户的观点
- 理解财务计算中所需要的元素
- 学习如何计算财务指数：ROI, IRR, NPV, Payback, 及其他指标
- 参考样板以制作销售价值简报（标书简报）
- 运用答辩技巧，处理客户合理的疑问及不合理的挑战
- 快速判断客户的类型，进行合适的处理

《价值销售技巧》

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 • 活动：在上海买房子，如何决策 	15分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 猜猜看 • 小组讨论
第一单元 价值销售的基本原理	<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 • 价值销售的概念 • 价值销售模型 • 客户眼中的价值 • 好的价值提案是... • 活动：客户为什么要改变 	60分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 技巧演示 • 话术准备 • 小组讨论
第二单元 创造客户价值的机会	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：从客户为出发点，制作价值主张，可以在简报前的业务推动，也用于简报中 • 动机陈述：客户购买（改变）的真正原因，而不是买销售方产品的原因 • 商业挑战：客户所面对的挑战是激起客户改变的起因 • 明确关系人：不同关系人有不同的看法，从关系人的角度思考，什么叫做“赢”的感觉 • 期望结果：客户购买的不是产品，而是结果 • 连接特色及方案：我们销售的产品/服务/方案是如何帮助客户解决问题，建立优势？ • 价值类别及指标：创造价值的方式：减少成本、避免成本、增加收入 • 价值陈述：如何将前面的元素，组合成为对客户承诺的价值陈述 • 客户访谈技巧：ORID • 活动：使用计划表发展价值陈述 	90分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 小组讨论 • 角色扮演 • 活动：大家来找渣 • 工具：计划表

<p>第三单元 计算财务价值</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：理解财务计算中所需要的元素，学习如何计算财务指数：ROI, IRR, NPV, Payback, 及其他指标。 • 痛点分析：客户的痛点越痛，价值就越高 • 用“SCORE“来寻找元素 • 设计需求分析的问句 • 计算投资回报 <ul style="list-style-type: none"> - ROI 计算投资回报 = 回报 - 投资 - ROI 计算投资回报率 = (回报 - 投资) / 投资 - Payback Period 回收期= 成本 / 现金流 - IRR 内部收益率 - NPV 净现值 	75分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 小组讨论 • 角色扮演 • 财务计算 • 工具： <ul style="list-style-type: none"> - 计划表
<p>第四单元 价值销售简报</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：参考样板以制作销售价值简报（标书简报）PPT • 提案的目的不是在做产品介绍，而是要整合及验证客户希望产生的结果，而销售方是如何帮助客户完成心愿及投资回报的预测 • 案例演示：一个公司的案例 • 活动： <ul style="list-style-type: none"> - 制作 PPT 草案 - 简报 PPT 	60分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 技巧演示 • 小组讨论 • 角色扮演 • 提案制作
<p>第五单元 简报中的答辩技巧</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：运用答辩技巧，处理客户合理的疑问及不合理的挑战，快速判断客户的类型，进行合适的处理。 • 光是懂得软技巧（沟通）是不够的 • 话术的使用：要如何提升客户的体验，强化信心 • 社交风格的快速判定 • 依照社交风格快速调整应对的方式 • 个性化解决方案指导 • 活动： <ul style="list-style-type: none"> - 社交风格的测试 - 角色扮演：客户问题的处理 	90分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 技巧演示 • 小组讨论 • 风格测评 • 角色扮演
	总课时长度	6小时 30分	
			