
概述

解决方案的销售是非常困难的，因为客户并不知道自己需要解决方案，更糟糕的是销售人员也不知如何去卖的解决方案。因为，解决方案的销售有一些特性：

- 面对的是大型客户，属于复杂销售，参与购买决策者众多，而都有自己的想法和需求，整合意见是非常大的挑战
- 对于解决方案的需求，通常是隐性而深层的。如果在客户内部没有共识，通常不会对外承认
- 解决方案都是属于定制化，也就是等到签约和交付后，才能确切知道交付的解决方案是什么。所以，在销售中，是对于未来做出承诺的过程。
- 在销售过程中，客户的职位都比较高，要如何能够引导客户而成功销售是很大的挑战。

本课程是针对有经验的销售人员，期望能够把能力提升到一个咨询顾问的层次，从而引导客户的需求，能够成功销售解决方案。为了要提供更好的培训效果，并能够延续培训效果到学员的正式工作中，因此讲师会提供两份解决方案拜访表，一份在教室内练习，一份带回工作岗位上，持续使用。这次培训的目的有：

1. 建立销售人员在解决方案销售的基本观念
2. 如何寻找潜在客户，并成功约见
3. 成功开场，让销售拜访有清楚的方向性
4. 塑造客户的愿景，让客户看到痛点被解决的价值
5. 要如何处理竞争者。采取正确的竞争策略
6. 拜访结束前，能够有效推动下一次拜访

解决方案销售技巧

教学方法	时间分	课程大纲	模块
内容讲解 · 猜猜看 · 小组讨论 ·	15分	(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 ·	课程导入
内容讲解 · 技巧演示 · 小组讨论 ·	60分	单元目标：帮助学员理解解决方案销售 · 解决方案销售和一般销售的差异 · 解决方案销售必须遵守的规则 · 客户购买关注点的变化 · 工具：购买流程与销售流程分析 · 解决方案销售的管理方法 · 解决方案销售的成功公式 · 活动：分析购买流程与销售流程 ·	第一单元 认识解决方案销售
内容讲解 · 技巧演示 · 个人活动 · 小组讨论 ·	90分	单元目标：寻找潜在客户，并成功约见潜在客户 · STP 架构 - 潜在客户分析 · 如何定位自己公司 · 要如何找到自己公司的优势，又是客户有兴趣的 · 在拜访客户前，就能够找到可能的潜在商机 · 分析潜在商机是如何在潜在客户组织中产生的 · 面对客户时，我们的价值主张 · 设计提供给客户的参考案例 · 商机开发的原则与路径 · 工具：陌生拜访的开场计划表 · 回应拒绝话术 · 活动：依照学员的情境，练习选择的工具 ·	第二单元 挖掘潜在客户
内容讲解 · 技巧演示 · 个人活动 · 小组讨论 ·	75分	单元目标：有效开场，让客户承认痛点 · 分析拜访对象 · 工具：拜访对象分析图 · 解决方案销售拜访流程 - 开场 - 目标识别 · 快速暖场 .1 说明议程 .2 公司介绍 .3 参考案例 .4 引出痛点 .5 工具：开场计划表 ·	第三单元 如何约见客户

解决方案销售技巧

		角色扮演 - 开场 - 目标识别 ·	
内容讲解 · 个人活动 · 小组讨论 ·	90 分	单元目标：成功引导客户从痛点到解决方案的价值 提问的技巧 · 引导提问三步走 · 解决方案销售拜访流程 - 创建 - 客户愿景 · 痛点优势 .1 诊断原因 .2 探究影响 .3 解决方法 .4 预期回报 .5 工具：创建愿景计划表 · 角色扮演 - 创建 - 客户愿景 ·	第四单元 创建客户愿景
内容讲解 · 技巧演示 · 话术准备 · 小组讨论 · 三人小组讨论 ·	60 分	单元目标：面对竞争者的处理方法 · 解决方案销售拜访流程 - 处理 - 竞争策略 · 评估地位 .1 分析竞争 .2 选择策略 .3 备胎上位 .4 解决方案销售拜访流程 - 结束 - 行动计划 · 行动计划 .1 价值验证 .5 互惠谈判 .6 签约交付 .7 角色扮演：处理竞争、行动计划 ·	第五单元 处理竞争的策略
6 小时 30 分		总课时长度	
休息时间：上下午各一场 15 分钟休息 中饭休息时间：1 个小时			