

## 《市场拓展》

模块	课程大纲	时间分	教学方法
课程导入	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 开场（客户方）</li> <li>• 破冰活动</li> <li>• 研讨公约</li> <li>• 课程介绍</li> <li>• 讨论：学员面临的挑战是什么？</li> </ul>	30分	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 内容讲解</li> <li>• 猜猜看</li> <li>• 小组讨论</li> </ul>
第一单元 购买心理的研究 及客户开发的途 径	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 单元目的：了解客户的购买心理，掌握客户购买的动机</li> <li>• 销售的定义：帮助客户做出决策与采取行动的过程</li> <li>• 三种购买的原因：改善、追求、避险</li> <li>• 客户对于陌生拜访的心理及处理策略</li> <li>• 活动：客户的需求分析及价值主张</li> </ul>	60分	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 内容讲解</li> <li>• 技巧演示</li> <li>• 小组讨论</li> </ul>
第二单元 客户开发的心理 建设	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 单元目的：理解优秀销售人员的心理素质，做好心理建设</li> <li>• 销售人员可控事项</li> <li>• 七个心智模式</li> <li>• 活动： <ul style="list-style-type: none"> <li>- 寻找激情</li> </ul> </li> </ul>	45分	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 内容讲解</li> <li>• 技巧演示</li> <li>• 个人活动</li> <li>• 小组讨论</li> </ul>
第三单元 销售过程及目标 设定	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 单元目的：了解客户开发的工作及过程架构的全貌，能够知道做什么、如何做、为何做</li> <li>• 分辨客户、战区和商机的不同</li> <li>• 客户开发的流程管理</li> <li>• 客户开发的相关指标</li> <li>• 客户开发的目标计算及设定</li> <li>• 销售人员的时间管理</li> <li>• 活动： <ul style="list-style-type: none"> <li>- 目标推算</li> <li>- 时间管理模拟</li> </ul> </li> </ul>	75分	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 内容讲解</li> <li>• 技巧演示</li> <li>• 个人活动</li> <li>• 小组讨论</li> </ul>
第四单元 市场探勘	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 单元目的：如何寻找到潜在客户</li> <li>• SWOT 分析</li> <li>• 市场区隔</li> <li>• 绘制客户画像</li> <li>• 问题树的分析</li> <li>• 建立价值提案</li> </ul>	60分	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 内容讲解</li> <li>• 个人活动</li> <li>• 小组讨论</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 活动：制作潜在客户过滤问句</li> </ul>		
<b>第五单元</b> 电话陌生拜访	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 单元目的：掌握电话陌生拜访的技巧</li> <li>• 电话陌生拜访的目的</li> <li>• 客户讨厌陌生拜访的原因</li> <li>• 电话陌生拜访的话术设计</li> <li>• 如何处理拒绝：寄资料、已有供应商、不需要</li> <li>• 突破守门人的技巧</li> <li>• 活动：话术的设计及角色扮演</li> </ul>	120分	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 内容讲解</li> <li>• 技巧演示</li> <li>• 话术准备</li> <li>• 小组讨论</li> <li>• 三人小组讨论</li> </ul>
<b>第六单元</b> 暖场开场	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 单元目的：一个好的开场可以让后续的销售拜访更为顺利，在这个单元中教导学员如何设定一个清楚和明确的拜访目的。</li> <li>• 建立信任的方法：经验、组织、推荐、你</li> <li>• 聆听技巧：聆听和寻问</li> <li>• 五种助语的使用</li> <li>• 暖场及转场：这是获得客户信任的第一个接触，要精心设计以建立连接</li> <li>• 开场的步骤：如何有效开场对销售拜访的结果，有直接及关键的影响</li> <li>• 策略人物：在客户端，有哪些策略性的人物会影响销售的过程？</li> </ul>	100分	内容讲解 技巧演示 话术准备 小组讨论 三人角色扮演
<b>第七单元</b> 引导寻问	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 单元目的：只是了解客户说的需求，这是不够的！我们还需要知道客户为什么有这个需求，在需求满足后的感觉/价值。更重要的是我们要能够引导客户的需求，到我们的独特能力。</li> <li>• 明确关键能力：关键能力就是独特并有效解决客户问题的能力，这就是引导寻问的方向。</li> <li>• 问题的类型：开放式及限制式，这是最广为了解，却最难以掌握的技巧，但在引导客户的运用是非常重要的。</li> <li>• 前导式提问：透过三个简单回答的问题，让客户进入被引导状态</li> <li>• 引导式提问：开放型、控制型、确认型</li> <li>• 活动：前导式及引导式提问的脚本设计</li> <li>• 创见问题解决的价值</li> <li>• 互动：创见价值提问的脚本设计</li> <li>• 活动：角色扮演</li> </ul>	120分	内容讲解 技巧演示 话术准备 小组讨论 三人角色扮演
<b>第八单元</b> 展示方案	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 单元目的：在客户挖掘出自己的需求后，销售人员就开始进行展示自己的产品/服务/方案是如何满足客户的需求，展示的时间不能过长，</li> </ul>	90分	内容讲解 技巧演示 话术准备

	<p>但必须清楚和完整</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 展示方案的时机：大部分销售人员反的错误就是太早于介绍自己的产品。这是一个致命伤。所以，要有方法地判断，何时介绍自己是一个关键。</li> <li>• 连接方案到价值：这是一个搭桥的活动，搭得漂亮，就可以一次到位。</li> <li>• 展示方案的步骤：如何有效展示特色及利益，让客户顺利接受？</li> <li>• 活动：话术的设计及角色扮演</li> </ul>		<p>小组讨论 三人小组讨论</p>
<p>第九单元 处理顾虑</p>	<p>单元目的：客户不会只接触我们一个供应商，也在事前做过研究，所以对于我们必定有些既有的概念，所以要做出观点统合的动作。通常客户接受我们的程度越高，对于顾虑的提出也越踊跃。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 竞争分析，预见负面反馈：预期客户可能提出的顾虑，有许多是来自于竞争者的信息，而我们要如何成功处理？</li> <li>• 活动：收集客户的顾虑顾虑</li> <li>• 获取反馈清单：如何能够顺利处理客户的顾虑，就在这里发生的！处理好，就可以顺利进行下一步，如果不行，那就要重新开始。</li> <li>• 明确反馈背后的利益</li> <li>• 明确反馈类型并回应</li> <li>• 活动：反馈类型处理练习</li> </ul>	<p>60分</p>	<p>内容讲解 技巧演示 话术准备 小组讨论 三人角色扮演</p>
<p>第十单元 赢得承诺</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 单元目的：应该以客户为中心地制定后续跟进事项。让客户为我们在他们的公司内部，推动我们的业务</li> <li>• 转移达成协议：转移到最后阶段的时机及方式</li> <li>• 总结客户整体价值：销售拜访的最后一个有力的价值推动</li> <li>• 提出承诺建议：如何引导客户成为我们在客户公司的内部销售</li> <li>• 活动：单一技巧的角色扮演或全套的角色扮演</li> </ul>	<p>20分</p>	<p>内容讲解 技巧演示 话术准备 小组讨论 三人角色扮演</p>
	<p>总课时长度</p>		<p>13小时0分</p>
<p>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</p>			