

数据分析到销售行动计划

背景：

现在的生意环境是越来越复杂，有一个小的消费者事件发生，一个小的谣言出现，对于销售量就产生非常大的影响；竞争环境也趋于严厉，竞争者不断地想要扩张市场，做出强大的市场活动。这对于一个生产型企业而言，就非常困难做到产销平衡。产品制造的产能是容易控制及预测，而销售量的控制及预测就牵涉到两个部分：销售预测及销售执行。如果，这是一家消费性产品，透过经销商铺货销售，就更为复杂，一方面是消费者的购买，一方面是渠道的库存补货。

销售预测不是单纯的预测未来，这包括两个部分，一个是自然的销售量，一个是经营企图。一方面是消费者受到营销活动的推动，创造消费；一方面是销售做渠道活动，推动渠道补货备货。销售主管必须要做收入来源分析，依照目前的状况做科学化的销售预测。

销售预测完成后，就可以知道销售量与销售目标的差距，进行销售计划的制定，这就是销售主管的下一步！

销售量/收入是一个结果，是透过销售目标的制定及销售人员的工作所达成。一般销售主管容易犯的错误是把焦点关注在结果，而不是创造结果的投入/原因。销售主管必须明确销售人员的工作方向，这就是销售目标；销售主管关注销售人员的行动，掌控工作的进度，判断销售结果发生的时间，这才是一个完整的销售计划。而销售人员的行动，也可以称为销售杠杆（Leverage）。

这个课程的设计是从销售预测开始，销售流程的明确，到销售计划的制定。讲师提供理论架构，引导学员用自己真实的数字进行预测及计划。整个过程是以研讨会的方式进行。

课程大纲

模块一：收入来源的预测

1. 影响销售量的因素分析
2. 经营环境的因素及影响
3. 竞争者的类型及影响
4. 销售来源的明确及分析
5. 活动：建立销售预测的模型

模块二：销售预测的执行

1. 明确销售预测模块
6. 收入来源的表格及分析

7. 活动：架构收入来源分析的架构，并进行销售预测

模块三：销售流程的建立

1. 经营结果、销售目标、销售活动（杠杆）的分析

8. 销售指标的类型

9. 五种销售流程

10. 如何选择适合的销售流程及指标

11. 活动：选择适合的销售流程及指标

模块四：销售计划的制定

1. 如何使用指标，以进行管理

12. 销售计划的内容

13. 与经销商的协同销售会议

14. 活动：制作销售计划

课程长度：

2 天

培训方式

以研讨会的方式进行，让学员有充分讨论及练习，确保课堂的学习能够运用到工作上。

学员对象

销售代表、销售团队领导者、销售经理、销售总监、项目型的销售代表/主管、大客户的销售代表/主管