

提升销量的市场开拓技巧

概述

从经济开放开始到现在，B2B 销售人员经历三个不同的时代：

1. 卖方市场：只要产品能够生产的出来，客户抢着买。
2. 供需平衡：那个时期要拼销售人员的努力程度，客户就在那里，只要你努力勤快找客户，就会有生意。
3. 买方市场：销售人员再怎么努力，碰到的客户大多是专家。接触的第一句话就是：你多少钱？太贵了！

在买方市场中，产品之间的差距逐渐减少，在买方以价格为优先的状况下，卖方增加竞争力最快的方式就是降低生产成本及销售费用。降低销售费用从两方面着手：减少销售人员和电子商务。采取降低销售费用的策略后，发现确实是降低费用后的价格竞争力有提升，可以保住现有客户，但是要拓展新市场就心有余力不足了。卖方希望能够使用电子商务拓展市场的时候，就发现很难在网站上表现价值，最后还是以杀价为主要的手段。但很多企业产品的定位属于中高价位，这时候还是要回到销售人员的开发策略。但是，如何提升销售人员的销量就是最大的挑战。虽然上过许多的销售技巧和产品知识培训，但是效果总是不彰，主要的原因是一般的销售技巧课程，并不是针对客户开发而设计。

本课程是针对国内的 B2B 市场环境所设计的客户开发的销售课程，结合理论、实践、工具及管理流程以帮助企业在完成培训后，能够立即提升新增客户数，以超越销售目标。为了让课程的理论与实际能够结合，于是期望学员能够带 30 个客户名单，以便在课程的过程中，直接将学习到的技巧，运用到实际的客户开发工作之中，极大化培训的效果。

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…）

- 购买心理的研究，了解如何从客户的角度来思考需求
- 提升业绩的方式，知道提升业绩有哪些方式，找到方向
- 提升业绩计划，用科学化的方式来计划业绩的达成
- 电话陌生拜访，知道如何处理客户的拒绝与排斥
- 探索扩大订单的可能，如果透过一连串的问题帮助客户思考正确的订购量
- 处理顾虑，可能的反对意见，成功获得客户的订单

《提升销量的市场开拓技巧》

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 • 讨论：学员面临的挑战是什么？ 	30分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 猜猜看 • 小组讨论
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"> • 单元目的：了解客户的购买心理，掌握客户购买的动机 • 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 • 客户对于陌生拜访的心理及处理策略 • 活动：客户的需求分析及价值主张 	30分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 技巧演示 • 小组讨论
第二单元 提升业绩的方式	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：掌握提升业绩的路径及方法 • 提升业绩的 11 个路径 • 提升能力的方式 • 活动： <ul style="list-style-type: none"> - 探讨业绩提升的最佳机会及方法 	30分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 技巧演示 • 个人活动 • 小组讨论
第三单元 提升业绩计划	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：如何从销售业绩目标，反向计算所需要投入的活动及资源 • 如何利用销售漏斗，进行销售业务目标的反向计算所需要投入的活动 • 如何利用销售漏斗，进行销售业务目标的反向计算所需要投入的资源 • 活动： <ul style="list-style-type: none"> - 用自己的业务状况，进行计算，可以供学员课后的使用 	60分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 工具介绍 • 小组讨论 • 角色扮演
第五单元 电话陌生拜访	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：掌握电话陌生拜访的技巧 • 电话陌生拜访的目的 • 客户讨厌陌生拜访的原因 • 如何处理拒绝：寄资料、已有供应商、不需要 • 突破守门人的技巧 • 活动：话术的设计及角色扮演 	60分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 技巧演示 • 话术准备 • 小组讨论 • 三人小组讨论

<p>第五单元 探索扩大订单的可能</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：透过不同的问题来提升订单的金额 • 订单金额的计算公式 • 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。 • 活动：提升销量的提问话术 	90分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 技巧演示 • 话术准备 • 小组讨论
<p>第六单元 处理顾虑</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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。 • 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？ <ul style="list-style-type: none"> - 活动：收集客户的顾虑顾虑 • 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。 • 明确反馈背后的利益 • 明确反馈类型并回应 • 活动：反馈类型处理练习 	90分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 技巧演示 • 话术准备 • 小组讨论
	总课时长度	6小时 30分	
<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>			