

# 项目销售技巧

现在销售的环境已经复杂化，不再是单纯地把产品/服务说清楚就足够了。更重要的是要能够结合客户的需求及我们的优势，明确发展的机会点，发展为独特的销售诉求。在经过考虑竞争的状况，而发展销售的策略。

在经济开放后，客户的组织不断地发展壮大，造成决策的流程也更为复杂。甚至客户内部的政治氛围也会影响到最终采购的结果。我们要如何接触不同的决策关系人，要如何让决策关系人能够对我开绿灯，让我们的销售工作得以顺利进行，这是这个课程的目的。

现在销售的产品/服务已经是逐渐复杂化，销售不再是销售代表一个人的工作，而是一个团队共同的任务。一个完整的销售计划是不可取代的。

## 课程要点：

- 互联网原则：在与销售见面之前，客户已经通过互联网把你研究透了！
- 客户怎么买，你就要怎么卖
- 客户只和第一候选供应商谈生意，第一候选围着客户转，其他供应商围着第一候选转
- 客户没有目标，销售就没有希望，客户有了清晰的需求，销售的希望也不大了
- 流程是销售的核心竞争优势

## 时间长度：

- 2天

## 学习模块：

### 模块一：重新认识项目销售

- 项目销售和一般销售的差异
- 项目销售必须遵守的规则
- 购买流程与销售流程分析
- 复杂销售赢单的关键要素
- 问题规划：痛苦链的建立
- 愿景准备：目标库的建立
- 项目销售成功的公式

### 模块二：客户导向的解决方案销售

#### 1. 策划出潜在客户

- 商机=目标市场×客户×机会
- 商机开发的原则与开发路径
- 把线索变为商机的方法
- 激发客户兴趣的切入点

- 参考案例分析设计
  - 客户应用场景设计
  - 客户约见脚本设计
2. 目标识别
    - 找到公司的客户定位
    - 销售谈话的流程构建
    - 客户采购目标的识别
    - 客户成功故事引导
    - 提问技巧解构
  3. 创建客户愿景
    - 目标与期望能力连接
    - 用业务场景展示能力
    - 九宫格谈话模型构建
    - 与客户一起构建价值
    - 目标扩展与方案梳理
    - ‘汇报’业务场景结构
    - 拜访后邮件设计
  4. 竞争策略
    - 客户竞争关注点分析
    - 项目销售可能的危险信号分析
    - 不同状况下的竞争策略设计
    - 投（议）标策略过程控制
    - 竞争机会的检测
    - 处理不期而遇的标书
    - 利用九宫格重构愿景
  5. 接触高层
    - 为什么要见高层
    - 如何才能见高层
    - 见高层前的准备
    - 与高层沟通技巧
    - 拜访后的工作
    - 高层邮件的撰写
  6. 控制住客户采购流程
    - 掌控采购流程的必要性
    - 让客户主动请你写需求发展计划
    - 成本效益分析
    - 成功标准引导

- 采购过程控制策略
- 处理客户迟迟不推进项目的策略

## 7. 达成协议

- 谈判中销售常犯的错误
- ICON 谈判模式
- 利益与立场
- 替代方案：你的底牌
- 构建并开启谈判
- 谈判的发掘和改进阶段
- 决策阶段：谈判收尾
- 销售谈判工具

### 课程适用对象：

- 项目型的销售代表/主管、大客户的销售代表/主管