

项目型销售技巧

依照万科物业的市场化的需求，不只是一要能够提供市场化的知识普及，也需要针对市场化的流程做校准的动作。这个课程的大纲和一般是一样，但是在上课的过程中，会以市场化商务流程的设计及校准做更多的引导。

在面对客户的时候，总是会发现很难挖掘到客户的需求，客户会说很多我们根本做不到的要求，希望我们能够提供，然而给客户他们要的，他们又说这个不是，或者说还要别的。销售人员总是在客户端浪费许多的时间，做许多的虚功。如果是一般的案子，那也就算了！如果碰到一些大案子，特别是属于项目型的销售，那么浪费的时间和精力就太多，甚至可能造成公司经营的困难。

这个课程是期望能够把销售人员的能力提升到一个咨询顾问的层次，从引导客户的需求，到我们的优势。

这次培训的目的有：

- 建立销售人员的基本观念
- 明确销售方向、定位、产品/服务
- 如何寻找目标客户及如何约见客户
- 创建客户购买的愿景
- 如何进行谈判
- 做市场化的流程校准

** 针对万科物业的状况，将课程内容做些变化：

- 由于学员组成有其它的部门，所以将课程内容扩展到与销售接轨的工作流程及方法，让销售的工作能够顺利进行。
- 由于在万科的特殊生意模式，竞争者难以界定；也由于业务的开发还在初期阶段，谈判的机会较少！因此，将这两个部分的内容缩减。

课程大纲

第一单元 销售的基本观念 - 3 小时

- 销售的定义
- 价值的公式
- 环境变化如何影响销售

- 三种类型的销售模式
- 为什么需要销售过程管理
- 销售的九个原则
- 销售过程的要素
- 活动：定义销售过程

第二单元 明确销售方向、定位、产品/服务 - 2 小时

- 项目型销售的三个层次
- 公司的能力分析
- 活动：定义目标客户及价值主张

第三单元 阿西工作法 - 2 小时

- 工作运作的难题
- SOP 的问题
- 阿西工作法的原理
- 阿西工作法的模式
- 阿西工作法的格式
- 案例分享

第四单元 策划出潜在客户 - 2 小时

- 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
- 活动：
 1. 参考案例分析设计
 2. 客户应用场景设计

3. 客户约见脚本设计

第五单元 目标识别 - 1.5 小时

- 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
- 活动：角色扮演 - 引导对方承认痛点

第六单元 创建客户愿景 - 3 小时

- 目标与期望能力连接
- 用业务场景展示能力
- RIC 寻问模型构建
- 与客户一起构建价值
- 目标扩展与方案梳理
- 活动：角色扮演 - RIC 寻问技巧

第七单元 达成协议 - 0.5 小时

- 谈判中销售常犯的错误
- 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