

销售转型研讨会（从产品销售到销售服务）

概述

许多公司有优异的产品而得意成功发展，获得卓越的市场地位。在拿下市场中的创新客户/早期采用客户和一部分的早期大众客户后，接下来要去攻下晚期大众客户了！这个时候，过去靠产品优势的销售方式就找不到着力点了！销售管理的转型是无法避免，而此次的研讨会就是为销售管理转型建立坚实的基础。

为了让销售管理团队能够确实掌握转型必须的能力，因此本研讨会在每单元的进行方式是：

1. 讲师介绍知识/技巧/工具
2. 小组利用讲师提供的工具来进行研讨，寻找出最佳的答案或建议
3. 小组间互相批评、探讨及深挖，透过碰撞的方式找到最佳实践的方式
4. 讲师点评以提供洞察

整个研讨会的设计逻辑及进行步骤是：

1. 商业模式画布：分析公司商业模式的九大模块，对于公司生意有整体的概念。这时候，必须要重新检视公司的商业模式，从高处往下看我们的生意究竟有些什么变化，这样让学员对我们的生意有全局观，也创造一种急迫性 - 必须作出改变；更挖掘出之前没有注意到的策略关键。



1. 企业销售管理模型：介绍销售团队能够成功的关键模型。这个部分只会讲师介绍，不会做讨论。后面的内容就是利用这个模型来架构整个研讨会。这个架构是：客户、销售团队、销售支持管理、销售核心。



1. 客户购买原理：客户总是关心自己，销售人员或企业只是解决他们的问题的手段。如果，销售线索是来自于高层，那么销售的速度就会很快，而这些客户多半是创新客户/早期采用客户/早期大众客户；当拓展到晚期大众客户的时候，多半只能透过客户的基层人员逐级地去推动销售工作，在不同层级的人员会有不同的背景知识及需求，销售人员就需要



在不同的阶段采取不同的销售方式和技巧。

1. 销售团队能力：销售团队的能力是成功销售的关键，但是每个销售领导对于销售人员能力以及自己能力的定义有所不同，这样就让支持销售团队的工作变得更为困难。而细化是标准化的关键，在研讨会将进行具体的讨论。



1. 销售支持管理：光是有强大的销售团队是不够的，他们在市场上打拼，也需要足够的弹药支持。销售支持管理有四个要素：部门协作流程（各个部门的职责）、销售工具科技（销售系统、学习系统）、销售服务支撑（内容、培训、辅导）、销售管理运营（管理、分析、制作）。在研讨会将进行具体的讨论。



各个模块的时间安排，会在本架构达成共识后，依照研讨会现场的空间及结构来进行进程的时间安排设计。