

## 《方案营销战术与协同销售》

(标准版：12 课时)

### 【课程背景】

工业品与普通大众商品的销售有重大的区别。工业品一般面对的是大客户或企业客户，都是有一定的技术含量和专业性的，需要销售人员准确的把握客户需求，制定恰当合适的技术方案、运用适当的销售技巧与客户进行沟通引导，才有可能实现销售。由于销售人员的重点工作在客户关系平台的管理和销售订单的跟进，不大可能在技术方案和各种专业产品上有能力深入把握。所以，一般的做法是根据企业的发展情况设置兼职或专业的产品或技术方案的推广队伍，这支队伍的主要任务是增强销售竞争力、减少销售难度、扩大销售规模，建立企业长期、稳定、持久的营销平台。

目前，多数企业的售前推广队伍都是技术出身，对产品或技术方案掌握的好，但不善于与客户沟通，在引导和把控客户需求方面缺乏系统的知识、方法、工具和专业技能，经常是事倍功半。

本课程集中了目前国内外著名高科技企业普遍使用的营销推广方法，在营销思想、营销策略和营销推广技巧方面深入浅出，结合大量国内外著名企业的实际案例进行讲解和讨论，并能根据企业的具体情况和困难，进行辅导分析，使学员能快速的掌握各种先进的营销推广工具，了解大量的实战营销推广技能，迅速的高营销推广水平和实战能力，使企业快速的建立和发展一支高水平的营销推广队伍。

### 【课程对象】

总裁、副总裁（分管营销或服务）、营销部总监、服务部总监、市场部总监、服务部各部门主管、服务部各区域主管、服务经理、售前工程师等。

### 【课程大纲】

## 第一部分：透彻了解和把握客户的需求

- ◆ 收集客户资料并做组织分析
- ◆ 理清客户的决策流程，掌握技术方案在决策的影响
- ◆ 客户技术层性格特点及接触方式
- ◆ 个人需求与机构需求
- ◆ 潜在需求与明确需求
- ◆ 如何了解客户的目标和愿望、问题和挑战
- ◆ 如何探询客户的解决方案、采购指标

## **第二部分：精细的产品策划和推广实施，让客户快速接受你的产品**

- ◆ 先营后销，减少销售难度扩大销售规模
- ◆ 卖点分析与提炼，合理介绍产品的特点和益处
- ◆ 如何提炼产品的卖点，FFAB 技巧和方法演练（实战案例分析和工具运用演练）
- ◆ 不同区域特点的产品商务策略
- ◆ 技术牵引与方案展示，关注客户技术层
- ◆ 实时应用拓展手段：交流研讨会、广告展览、高层论坛

## **第三部分：制定正确的产品竞争策略，有效的呈现产品价值**

- ◆ 合理介绍产品的特点和益处
- ◆ 产品介绍的基本技巧和要领
- ◆ 如何帮助客户分析和诊断问题
- ◆ 通过异议化解客户问题——警惕砸在心灵上的钉子
- ◆ 如何进行有效暗示，把机会变成销售项目
- ◆ 竞争对手优劣势分析工具和步骤
- ◆ 产品竞争策略制定方法演练（实战案例分析和工具运用演练）

## **第四部分：与业务经理配合，共同赢取订单**

- ◆ 项目运作成功与失败的要素分析
- ◆ 制定项目目标与策略，并分解为可执行的计划
- ◆ 与业务经理配合的关键要点和注意事项