

# 《工业品业务流程与实战梳理》

(标准版：6课时)

## 【课程概述】

当前的市场环境下，行业客户和友商都在发生变化，而营销策略与营销方法也随之发生变革，营销人员更要具备深入了解客户业务，解决客户问题的能力，深入的进行客户关系管理能力，最终实现项目全盘统称能力。销售人员如何适应这些变化，实现角色转变，最终实现行业客户销售成功呢？

本课程通过工业品营销梳理进行讲解和实战训练，让公司建立卓越的专业行业客户攻坚队伍，形成最具协作，最被信任，最受尊重，业绩最高，最稳的，战无不胜，攻无不克的行业客户销售团队。

## 【课程特色】

采用学习型组织分组模式，真实模拟打单整个过程，优秀的视频学习，让学员固化更快，案例分析与让学员开动思维，迅速感悟，工具的应用，让学员事半功倍，风趣干练的理念让学员学而不忘。



## 【授课方式】

课程以现场讲授、工具，流程的讲解与演示、实际案例互动分享，演示讨论、多媒体播放、游戏互动等为一体。通过多种形式的教学，使学员打开心门与讲师互动，让课程体现出有道、有料、有趣、有效的整体格局。重点强调：枯燥的工具在课程现场会呈现出人性化的生动启发，既保持工具流的整体系统性，又不失讲解的生动化。

## 【课程收获】

- 掌握工业品销售的八大步骤，从而引导客户中标成功

- 有效的引导客户需求，分析客户的心理购买动机，从而达到谈判目的
- 针对不同类型的客户，有效的学习到高效谈判的方法与策略
- 掌握如何差异化信息化标书并影响客户对我司的选择
- 掌握中标前的销售策略，高效率提升中标

**【授课对象】** 制造业销售精英

**【课程纲要】**

## **第一章、工业品营销流程体系—“天龙八部”**

### **一、客户内部采购流程的分析**

### **二、客户内部的职能分工**

### **三、业务推进流程**

- 1、项目立项（10%）
- 2、深度接触（20%）
- 3、方案设计（25%）
- 4、技术交流（30%）
- 5、方案确认（50%）
- 6、项目评估（75%）
- 7、商务谈判（90%）
- 8、合同执行（100%）

### **四、销售里程碑与标准管理**

### **五、销售成交管理系统**

### **六、项目性阶段辅助工具**

分析讨论：我们推进项目的每一个阶段标准与条件是什么？

## **第二章、工业品销售流程的运用策略**

### **一、业务流程管控—精细管理**

- 1、粗放营销与精细管控
- 2、“天龙八部”管控
- 3、精细管控四大原则
- 4、业务管控的目标

### **二、日常业绩管控—过程导向**

- 1、过程导向胜于结果
- 2、过程分析与项目推进
- 3、销售预测与问题诊断
- 4、总体业绩管控的目标

### **三、营销内部管控-风险控制**

- 1、信息流的管控

- 2、工作流的管控
- 3、“费用流”管控
- 4、制度流的管控

#### 四、营销管控工具-保障体系

- 1、销售手册集
- 2、经典案例库
- 3、策略规划库
- 4、软件工具

案例: 销售手册的实用方法

### 第三章、业务推进与项目成交的战术运用

- 一、判断最佳的成交时机—不到火候不揭锅？
- 二、判断推进成交的最佳时机
- 三、达到双赢成交的方法—你是否使问题的解决朝最佳方案推进？

总结：我们的销售目标——一步步地获得客户对合作的承诺

#### 课后后续总结与分析