

# 《大订单销售》

## 让大单销售更简单

主讲：许婷婷

### 【课程背景】

TO B型销售的公司，为什么感觉成交一个订单非常困难？为什么总认为大订单得靠“关系”才能有机会？为什么大订单销售很难复制销售人员？为什么大订单销售的企业总是只有几个销售高手？

销售是一门技术，它需要推销人员在销售过程中灵活融通正确的营销理念，娴熟运用各种销售技巧。

如果没有正确的理念，缺乏精湛的销售技巧，即使你付出了足够的努力，也只能望着成功远去的背影而喟然长叹。

因此，要想在销售行业的“茫茫人海”中脱颖而出，成就自己的梦想，成为一名卓越的推销明星，就需要不断培养自己正确的销售理念、磨炼出色的销售技能。

企业要训练处卓越的销售团队，不仅要帮助大家建立积极的销售信念，克服心魔，还要辅导大家建立好的销售工具，形成优秀的销售习惯，做好充分的销售准备。其中最关键的是，当销售人员面对客户时，如何才能展现出销售的专业度，让客户在畅谈中分享自己的需求。

大订单销售可以帮助企业，不仅建立好的销售信念，还能从整个大订单销售的逻辑上建立完整的销售系统，让大家自信地面对客户，拿下订单！

### 【课程收益】

- 掌握大订单销售和小订单销售的4大区别；
- 掌握大订单销售的4个阶段；
- 掌握提问技巧在4个销售阶段中的作用；
- 掌握与客户初步接触的4个技巧；
- 掌握在需求调查阶段的步骤和提问技巧；
- 学会区分隐含需求和明确需求；
- 学会大订单销售的成功信号；
- 掌握问题漏斗理论，学会自行设计问题；
- 掌握SPIN提问技巧；
- 掌握能力证实阶段的3大技巧；
- 掌握晋级承诺的4个技巧；

### 【课程特色】

**理论实操：**干货，实操，科学，逻辑清晰；

**边学边练：**互动，提问，案例，实战练习；

**针对性强：针对业务定制训练。**

**【课程对象】** 总经理、销售副总、销售总监、资深销售人员、大客户销售人员，B2B销售人员，项目型销售人员等等

**【课程时间】** 1天（6小时/天）

### 【课程大纲】

#### 一、大客户销售场景都有哪些挑战？

##### 1. 大客户销售的难题：

- ✓ 客户信息不好找
- ✓ 无法分析关键人和决策人
- ✓ 怎么进行初步接触，产生信任？
- ✓ 客户需求不好挖掘

- ✓ 很难进展到下一步销售
- ✓ 提交方案后无疾而终
- ✓ 销售工具不完善

## 二、 小订单销售和大订单销售有什么区别？

1. 大订单和小订单的特点不同
2. 大订单和小订单的技巧不同
3. 大订单销售和小订单销售的关系准则不同
4. 大订单销售和小订单销售的决策失误风险不同

## 三、 销售的4个阶段

1. 阶段一：初步接触；
2. 阶段二：需求调查；
3. 阶段三：能力证实；
4. 阶段四：晋级承诺；
5. 销售会谈各个阶段那个最重要？
6. 在成功销售中，提问比较多....但是
  - 1) 开放型问题、封闭型问题的使用与销售成功并没有必然的联系

## 四、 如何在初步接触阶段获得成功？

1. 进行初步接触前的准备；
  - 1) 独特的价值主张；
  - 2) 决策人和关键人分析；
2. 传统开场白&直接陈述可以带给客户的利益为开场白
3. 怎样算是成功的初步接触技巧？

## 五、 最核心环节：需求调查阶段如何成功？

1. 隐含需求和明确需求的区分；
2. 大订单成功的信号是什么？
3. SPIN 提问技巧；
  - 1) 什么是背景问题？如何提出背景问题？根据企业业务设计背景问题，小组练习；
  - 2) 什么是难点问题？如何提出难点问题？根据企业业务设计难点问题，小组练习；
  - 3) 什么是暗示问题？如何提出暗示问题？根据企业业务设计暗示问题，小组练习；
  - 4) 什么是需求-效益问题？如何设计需求-效益问题？根基企业业务设计需求-效益问题，小组练习。
4. SPIN 提问的顺序练习。

## 六、 如何成功进行能力证实？

1. 特征、优点、利益的设计和应用；
2. 关于有效的能力证实的3个Tips；
3. 异议防范和异议处理

## 七、 如何成功得到客户晋级承诺？

1. 收场白的作用和设计；
2. 客户晋级的流程设计和工具设计；
3. 客户晋级的明显标识。

## 八、 整体复盘，回顾，形成下一步的行动计划