

影响销售业绩问题的分析与解决研讨会

课程背景

新销售领导上任，提出了更有销售挑战性的指标，大家心急如焚，但却又束手无策。

销售人员出工但不出力，要么是出力不出脑，销售老大欲哭无泪。

公司反复强调要提升执行力，可是，我们忙了大半年，却依然没搞清楚领导到底为什么要提升执行力。

每年组织大量的培训，但成效有限，无法落地

课程目标

1. 基于行动学习
2. 学习行动学习法的基本原理
3. 学习行动学习设计的方法
4. 解决销售工作中复杂的真实问题
5. 学习团队高效研讨的方法
6. 共享团队经验，沉淀组织智慧
7. 盘点个人能力差距，并制定提升计划
8. 反思个人固有模式，并制定改善计划

课程对象

需要解决真实销售问题或销售管理问题的各级销售管理者和销售人员

课程时间

1-2天

课程方式

授课 40% (互动引导) +小组练习 20%+现场模拟演练 40%

课前准备

针对学员群体，通过问卷调研方式，收集典型的问题，包括关联部门、重要性、紧迫性、期望目标、主要障碍等，整理问卷，汇编形成《XX公司典型销售问题库》，供课堂研讨时进行问题筛选。

产出研讨会的“3O”

- 1、目标：共识出营销现状存在的问题以及共识出问题的解决方向
- 2、产出：营销现状清单、现状优化方向清单、确定现状优化方案
- 3、成果：主动解决营销问题的能力

课程大纲

第一部分 会前破冰——入场调查

一、目的：引导大家接受了解研讨会的形式，培养轻松愉快的交流氛围，让引导人对大家的基本认知有所了解；

二、过程：每个人进行入场调查，调查内容是了解大家对现状的满意度，以及提升的空间有多大；

三、参与形式：全员参与

第二部分 问题的分析与解决内容讲解

- 一、 什么是工作中的现象与问题？我们的现状？
- 二、 我们应该以什么心态去面对问题？（主动积极找到问题根源及解决问题）
- 三、 分析问题的科学思维工具（WHY-WHY 法，鱼骨图）
- 四、 案例：为什么被客户投诉
- 五、 解决问题四步法

第三部分 我们面对的影响销售业绩提升的问题是什么？

- 一、 目的：了解大家对现状存在问题的认识，引导大家的共识；
- 二、 过程：引导人针对现状的问题是什么，大家共同面对的问题是什么引导每人进行头脑风暴；
- 三、 参与形式：分组进行，将各模块平均分到各小组里面去，确定可优化的问题进行聚焦，为后面解决方案的提出确定方向
- 四、 工具：头脑风暴+同类整理+点投法

第四部分 我们可以做什么来解决问题？

- 一、 目的：针对排名前三的问题，各小组进行头脑风暴，并写出解决方法，挑选出当下可采用的解决方法；
- 二、 过程：每小组选取一个问题，提交尽可能多的写上解决方法；
- 三、 参与方式：分组进行

四、 工具：头脑风暴+同类整理+漫游挂图+ 2X2 矩阵（坐标轴由收益大 OR 小——实施成本高 OR 低两维度组成）

第五部分 任务分配及共同承诺

- 一、 目的：将计划采取的方法进行任务分配与承诺给出方案
- 二、 过程：将可采取的方法，选取责任人，组建推广小组，负责方案设计、推广、实施及落地，由相关责任人达成共识，并在会议后进行实施落地；
- 三、 参与方式：分组进行。
- 四、 工具：头脑风暴+力场分析+离场调查
(全文完)

(全文完)