

解决方案销售攻略

(实战一天版)

(如欲公开以下内容，或者需对大纲作专业化调整，请与本人联系确认)

【课程关键词】 政企和集团客户，解决方案销售，机会分析，影响决策，找准定位，
竞争战术，持久竞争优势

【课程时长】 1天（估计每天6到6.5小时）

【课程对象】 销售总监，客户经理，中层业务干部，基层业务骨干

【课程形式】

启发式演讲，问题讨论和个案分析。

问题讨论和个案分析将与授课紧密结合。

授课现场需准备投影仪,电源拖板，学员用胶贴纸,铅笔和练习纸,如再配白板和白板水笔更好。

采用了电影剪辑和情境片断等多媒体培训技术，力求既紧紧扣住培训要点又营造活跃，轻松和积极的培训氛围。

如果条件具备，本课程**可以使用学员企业真实工作场景**作为实战模拟的案例，使得管理顾问和学员的互动极具针对性，能很好地实现咨询式培训的效果。

采取小组互动式教学，**学员人数不可超过35人。**

【课程背景】

本培训课程帮助学员更深刻地理解专业政企解决方案销售工作的实质，尤其是帮

助他们从实际操作的层面上提升竞争性营销的战略分析能力和运作技巧。本课程的内容基于大量的专业工作实践、案例分析，并在收集、整理了近 40 个专业实战案例的基础上，把竞争激烈的专业大客户营销工作总结到最关键的四个步骤上：“机会分析”、“影响决策”、“找准定位”、“竞争战术”，我们根据四个步骤的英文描述，我们简称为：OIPC，高度聚焦在大客户业务项目招投标中的竞争性分析和应对战术。

【课程收益】

◇ 个人收益：

- 从分析到行动，系统化分析目前解决方案销售的现状，破解销售增长的瓶颈；
- 了解政企解决方案销售的全貌和最新的发展动态，站到国际大客户关系管理的前沿，高屋建瓴地体会企业政企客户关系管理的最佳思路；
- 系统了解和掌握专业政企解决方案销售的流程和思维方法；
- 树立市场化运作和以客户为中心的思维，并能在工作生活中加以应用；
- 掌握先进的专业政企解决方案销售的工具与技术；
- 提高跨部门团队协作精神与组织意识。

◇ 企业收益：

- 提高公司整体政企客户关系管理能力，高屋建瓴地体会企业政企解决方案销售管理的最佳实践；
- 在公司内为有效的专业政企客户关系管理建立知识储备和统一流程；

- 在政企解决方案销售和关系管理的培训、普及与应用上树立行业标杆；
- 增强专业公司的政企客户全局性关系管理能力

【课程大纲】

第一单元 政企解决方案销售概述

认识决定竞争胜负的内外在基础

摆正竞争对手和客户价值诉求在整体营销战略中的关系；

把握专业营销的“咨询”和“企业级”特征，做到资源的有的放矢；

树立正确认识：为什么需要学习 OIPC 四步法？

第二单元 大解决方案销售精英的顾问销售技术

需求的冰山：体验一下情感

掌握主动权的 SPIN 模式

产品说明公式 FAB

应对对方抱怨的技术：LPQ

优化组合资源，为客户形成“想要的+需要的方案”

Customer Wants & needs

某行业案例展示和实战模拟

第三单元 解决方案销售精英的谈判技术

商务谈判的基本原则

人事分开原则

集中利益而非立场原则

双赢原则

客观标准原则

◇ 在谈判中会有 5 类人出现

➤ 首席代表

➤ 白脸

➤ 红脸

➤ 强硬派

➤ 清道夫

某行业案例展示和实战模拟

第四单元 解决方案销售策略之机会分析(OIPC 第一步)

◇ 学会战前准备的系统检查步骤

◇ 掌握判断专业竞争胜负的九项指标

◇ 学会设立专业项目的销售目标

重要概念

购买驱动因素

专业业务能力

项目预算
时间跨度
系统兼容性
客户关系历史
高层重视程度
某行业案例展示和实战模拟

第五单元 解决方案销售策略之影响客户决策(OIPC 第二步)

- ◇ 学会分析客户的专业业务招标方案，从提出、草拟、正式提交到关键指标的设置过程
- ◇ 学会认清客户端不同层次人员在决策过程中的角色
- ◇ 掌握影响客户决策的最佳渠道和时机

重要概念
决策流程分解
决策人员相互关系
影响力来源
客户内部亚群体
关键事件
动机分析
影响决策的内部因素
影响决策的外部因素
啦啦队员
狐狸精
某行业案例展示和实战模拟

第六单元 解决方案销售策略之明确竞争定位(OIPC 第三步)

- ◇ 学会如何确定我们自己的竞争定位
- ◇ 掌握专业竞争定位的三个维度
- ◇ 学会把竞争定位的描述具体落实到对客户价值命题

重要概念
价值诉求
三类价值观
暗示需求
价值遗缺
专业业务定位
关键购买价值指标
关系链条
竞争定位的描述-价值命题
对价值命题的三个层次的沟通
某行业案例展示和实战模拟

第七单元 解决方案销售策略之明确竞争战术(OIPC 第四步)

- ◇ 树立正确认识：价格不是失败的关键因素
- ◇ 学会如何分析专业竞争对手的战略战术
- ◇ 学会如何从战术上应对不同强度的竞争

重要概念
三类常见的失败原因
以强制弱战术
瓦解战术
借力/借利战术
迂回战术
分割战术
陷阱战术
拖延/扰乱战术
价值组合战术
价格战技术
某行业案例展示和实战模拟