

销售新兵快速入门训练系统

——为企业快速建造“大批量”合格销售士兵的“人才生产线”

(3--7天)

◎【新人症结】

为什么很多销售新人迟迟没有合格的销售业绩？

为什么很多销售新人需要“混”很长时间才能成型？

为什么很多销售新人在销售中会丧失大量的销售机会？

为什么很多销售新人在企业花钱培训后才发现是销售的朽木？

.....

◎【企业症结】

大量流失新人的“薪酬成本”损耗了企业大量的现金流。

大量低效新人的“销售失误”浪费了企业大量的市场资源。

大量低能新人的“短板销售”损失了企业大量的差旅费用。

.....

◎【训练收益】

把大量的销售新人，快速“制造”为业绩合格的销售人员，渐次实现职业化团队。

把需要一两年实战的销售“农民”，半个月就成销售“士兵”，可省多少销售成本。

系统训练培育了大量新人，全面提高了人均销售产能。可省多少人力成本。

◎【训练收益】

每一个销售企业，每一年会在销售培训上花去很多成本，结果满意吗？一次次持续不断的培训吗？这就犹如一个人饿了，总去吃一碗面一样，难道企业就不能有一个自己的压面机吗？

这台压面机就是企业有自己的快速实效的“人才生产线”。这套人才生产线建一个培训体系就能实现吗？因为很多培训往往侧重于讲和教。销售人员的很多技能不练能学会吗？我们就是要给企业制造一个“压面机”；一个销售人才的“生产线”；一个实实在在的人才训练系统。企业通过这套量身定做的人才训练系统实现自己人才大批量复制，打赢市场！

◎【训练经典】

单兵销售力= (技能+装备) ×素养

- 1、 技能提升= (专业知识 + 客户技能) × 训练
- 2、 销售装备= (助销工具 + 客户管理) × 训练
- 3、 单兵素质= (行为素质 + 心理素质) × 训练

团队销售力= (经验传承+工具提炼) ×团队精神

★★★ 对店长、分销经理、大客户经理等，均有相应模型的人才生产线训练系统。

销售新兵快速入门的“生产线”训练大纲

序	课程	课时	技能类别	课程目的
1	企业文化行为训练	4H	企业文化	职业素养企业文化各部分
2	员工生涯规划体验训练	4H	企业文化	愿景引导实现自我激励的动力源
3	高效客户群开拓训练	4H	客户技能	学会圈地深耕开发“客户窝”
4	SPIN 客户需求激发训练	6H	销售技能	引发客户关注并激发需求
5	FABE 感动客户训练	6H	产品技能	几种产品介绍实现客户理性需求
6	AIDMA 客户体验训练	4H	产品技能	引导客户通过自我体验产生需求
7	LSCPA 价格成交训练	4H	销售技能	用价值打赢价格战并跟进成交
8	BE 快速说服客户训练	6H	沟通技能	高效、快速地说服客户对商品青睐
9	无痕迹催化促成训练	4H	沟通技能	不用逼单而引发客户自行选择成交
10	“粘性”客户管理训练	4H	客户管理	科学管理客户并用人性黏住客户
11	团队协作体验训练	6H	职业精神	通过体验、训练导入协作共赢

◎【训练教程】

一、如何构建入门训练系统

1、	明确训练目标：
2、	分解销售流程：
3、	确定训练形式：
4、	标准化打样训练：
5、	提炼、总结、规范：

二、入门训练的核心要素：

1、	入门训练的标准教材；
2、	入门训练的标准教案；
3、	入门训练的标准教程；
4、	入门训练的教练系统；

三、现场评测训练效果：

步骤一	步骤二	步骤三	步骤四	步骤五	步骤六	步骤七
产品功能	产品构成	产品技术	产品应用	常见问题	产品演示	练习考试

四、入门训练内容：

1、“铸造式”生动化产品说明训练：

训练科目	教练	训练内容及要点	训练目的	训练时间
灌输产品知识	产品经理（先讲） 技术专家（后讲）	产品经理：产品策略、客户利益、产品线、价格带、竞品、行业知识、客户知识、客户案例。上述培训须有培训教材，要求参训者记忆。 技术专家：技术特点、实施方式、操作方法、关键问题。	使销售人员了解行业、竞品、产品知识，快速建立产品的客户导向利益观念，利于与客户沟通。	
撰写产品说明	销售教练 种子教练	1、撰写 5000 字；（产品内容）2、1000 字；（卖点）3、500 字；（拜访 3 分钟）4、100 字；（电话 1 分钟）5、5000 字。（深入理解）尽量用自己的语言，按照 FABE 句式展开，每一阶段作业不合格，不能进入下一阶段作业。	保证销售人员对产品消化、吸收后，变成自己的语言。	
产品介绍	销售教练 种子教练	5000 字产品演说，形式为一对一和一对多。2~3 次训练。	熟记产品、建立信心、克服恐惧。	
产品沟通一问一答	销售教练 种子教练	针对客户问题，找出最好应答方法，形成标准答案（话术） 学会引发客户关注、激发客户需求、引导客户成交的 SPIN 问题术。 顺畅沟通的 BPSP 触发技术。	利于实战沟通，掌握顾问销售技能。	
考试测评	销售教练 种子教练	1、产品知识考试； 2、产品演讲口试。	全面掌握产品知识并生动表达。	

2、产品知识培训：

程序	主要内容	实际效果
步骤一	客户为什么对我们的产品感兴趣	1、从客户导向分析产品；2、源于销售中有效的产品介绍；3、具有“傻瓜型”的话术。4、可信的客户证明。
步骤二	竞品的优劣势	
步骤三	产品的盈利模式	
步骤四	客户第三方证明案例	
步骤五	客户常见的异议及问题	

3、客户知识训练：

分析步骤	关键问题	描述、归纳
步骤一	谁是我们的客户？	为谁设计的？
步骤二	清晰客户的特征？	鉴别客户的方法。
步骤三	客户购买的理由？	潜客户如何看待
步骤四	如何找到目标客户？	什么地点聚集、成交、谁对购买有直接影响？

4、竞品知识训练：

分析步骤	关键问题	描述、归纳
步骤一	竞争对手的背景	略
步骤二	竞品的主要卖点、主要缺点	略
步骤三	竞品的市场策略、促销政策、价格带	略
步骤四	竞品的应用实例	略

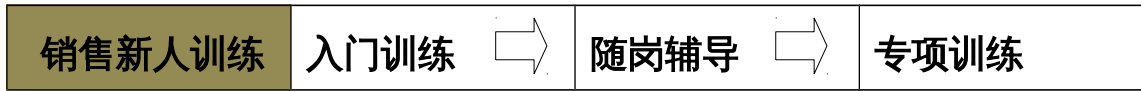
5、行业知识训练：

分析步骤	关键问题	描述、归纳
步骤一	行业及主力产品的发展方向	略
步骤二	行业竞争者的构成	略
步骤三	行业未来的技术创新	略
步骤四	行业的规定、行业的关键人物	略

五、铸造式系统训练方法：

方法一	一对一训练方法：
方法二	一对多训练方法：
方法三	销售拦截训练方法；
方法四	闹市区产品诵读训练方法；
方法五	FABE 五步产品书写、说明训练方法；
方法六	BPSP 一问一答控场互换训练方法；

方法七	SPIN 问题引导术高效沟通训练方法；
方法八	职业化行为素质训练方法；



☆☆☆☆☆ 销售企业一定要有一套快速培养销售新人的训练系统。