

【销售领导力研修工作坊】

——系统构建销售团队管理体系

课程背景

销售领导力研修工作坊充分融合了领越®领导力的经典方法论与销售管理的最佳实践，致力于帮助销售管理者（领导者）构建销售团队建设，销售团队赋能与激励（文化氛围塑造）的系统销售管理方法论。

30年来，领越®领导力已经成为全球最经典、最具影响力的领导力提升课程之一，卓越销售领导者的五项习惯行为成为领导力测评和提升的有效方法。近年来，销售®领导力更是成为中国最受欢迎的领导力课程之一，被公认为21世纪卓越领导者的必修课。

本课程讨论的是销售领导者如何找到领导力的真北；如何激励他人自愿地在组织中做出卓越的成就；如何通过身体力行，把理念化为行动，把愿景化为现实，把障碍化为创新，把分裂化为团结，把冒险化为收益。

本课程讨论的是销售领导者如何通过向外学习标杆方法论和向内萃取最佳销售实践，为销售团队打造可复制的销售流程和方法（工具），从而为销售团队有效赋能，不仅如此，销售领导者要塑造一种文化，创造一种氛围，激发人们抓住挑战性的机会，取得非凡的业绩和成果。

众多世界500强企业和优秀组织以此作为领导力提升的重要课程，包括：IBM、思科、英特尔、DELL、HP、西门子、强生、默克、富国银行、联邦快递、丰田、迪斯尼、拜耳、联合利华、波音、中国石化、招商银行、清华MBA、斯坦福大学、华盛顿大学、康奈尔大学、卡内基梅隆大学、美国管理协会、美国财政部、纽约州政府等等。



课程价值

1. 建立销售领导者的信誉，树立领导者的威信，使领导者的行动与组织共同理念保持一致，为团队树立榜样；
2. 提高销售领导者共启愿景的能力，鼓舞团队士气，感召大家向共同目标前进，推动组织目标的实现；
3. 提高销售领导者带团队的能力，打造一支相互信任、团结合作和高执行力的销售团队，实现更高的员工满意度和敬业度；
4. 培养销售领导者追求卓越的精神，创造有利于创新和变革的环境，鼓励尝试并承担风险，打造锐意进取的销售团队；
5. 提升销售领导者激励和认可他人，庆祝集体胜利的能力，从而增强团队凝聚力；
6. 将卓越销售领导者五种习惯行为应用到实际工作中，应对具体的挑战，带领销售团队创造卓越业绩。

适合人群

希望提升销售领导力，发展自我和打造高绩效销售团队的销售管理者，尤其是营销高管，以及中小企业负责人

学习方式

线下工作坊

课程特色

本课程是基于世界级专业领导力理论，并结合国内销售管理最佳实践，以及本人华为大客户销售和管理的实践而开发。

运用先进的行动学习、教练式、引导式、案例式、情境式教学方法，充分调动学员的积极性和参与性，促进学员自我反思和积极行动。

培训时长

两天/14 小时（建议上午：9:00~12:00，下午：13:30~17:30）

课程纲要

第一天（上午）

开场破冰：建立真实度游戏

- 1.通过乔哈里视窗领悟团队凝聚力的钥匙
- 2.通过建立真实度迅速促进团队融合

一、销售领导者的六项核心职责

- （一）市场规划
- （二）人才招募
- （三）组织建设
- （四）团队赋能
- （五）评价激励
- （六）文化氛围

二、信誉是领导力的基石（优秀领导者的核心素质）

- （一）用行动学习萃取问题（场景）和最佳实践

- (二) 销售人员希望从领导者身上看到和敬佩的品质
- (三) 卓越领导者的四项关键品质（真诚、胜任力、激发他人、远见）
- (四) 高绩效销售领导者的五项行为

三、绩效导向的销售管理模型/思维构建

- (一) 销售管理与绩效模型构建
- (二) 销售业绩持续增长模型解析
- (三) 销售训战系统解决方案构建

第一天（下午）

五、习惯行为一：以身作则（以身示范）

- (一) 领导者首先明确自己的价值观
 - 1. 领导者须找到自己的声音（价值观、原则和底线）
 - 2. 领导者澄清并明确团队共同价值观（原则和底线）
- (二) 领导者懂得树立榜样
 - 1. 领导者践行共同价值观
 - 2. 领导者教导他人践行共同价值观

六、习惯行为二：共启愿景（目标激励）

- (一) 领导者擅于展望未来
 - 1. 共启愿景的五项核心要素
 - 2. 领导者的目标管理与激励技术训练
 - 3. 领导者擅用“心理契约”高效管理下属
- (二) 领导者时刻感召他人
 - 1. 领导者用专注和努力感染下属
 - 2. 领导者用目标和期望激励下属
 - 3. 领导者目标管理的过程激励技术

第二天（上午）

七、习惯行为三：挑战现状（团队共创）

- (一) 领导者不断猎寻外部机会
 - 1. 领导者积极主动，带领团队向外部寻求创新
 - 2. 领导者观察外界，践行并鼓励团队向标杆学习
- (二) 领导者尝试并承担风险
 - 1. 领导者营造鼓励创新，包容失败的创新环境
 - 2. 领导者践行并鼓励团队，从实践中学习，赢取小胜利

八、习惯行为四：使众人行（团队赋能）

（一）领导者促进合作

- 1.领导者营造信任氛围
- 2.领导者增进相互关系

（二）领导者赋能与他人

- 1.领导者需要增强团队自主意识
- 2.领导者需要提升团队能力与信心

（三）领导者克服团队协作的五项障碍

- 1.如何克服“缺乏信任”
- 2.如何克服“惧怕冲突”
- 3.如何克服“欠缺投入”
- 4.如何克服“逃避责任”
- 5.如何克服“无视结果”

（四）领导者五项关键技能提升

- 1.领导者的倾听能力
- 2.领导者的反馈能力
- 3.领导者的督导能力
- 4.领导者的高效对话技术
- 5.领导者的教练能力
- 6.领导者的群策群力能力（万能的行动学习技术）

第二天（下午）

九、习惯行为五：激励人心（团队激励）

（一）领导者及时认可他人的贡献

- 1.领导者期待他人最佳表现
- 2.领导者给予他人个性化认可

（二）领导者庆祝价值的实现和胜利

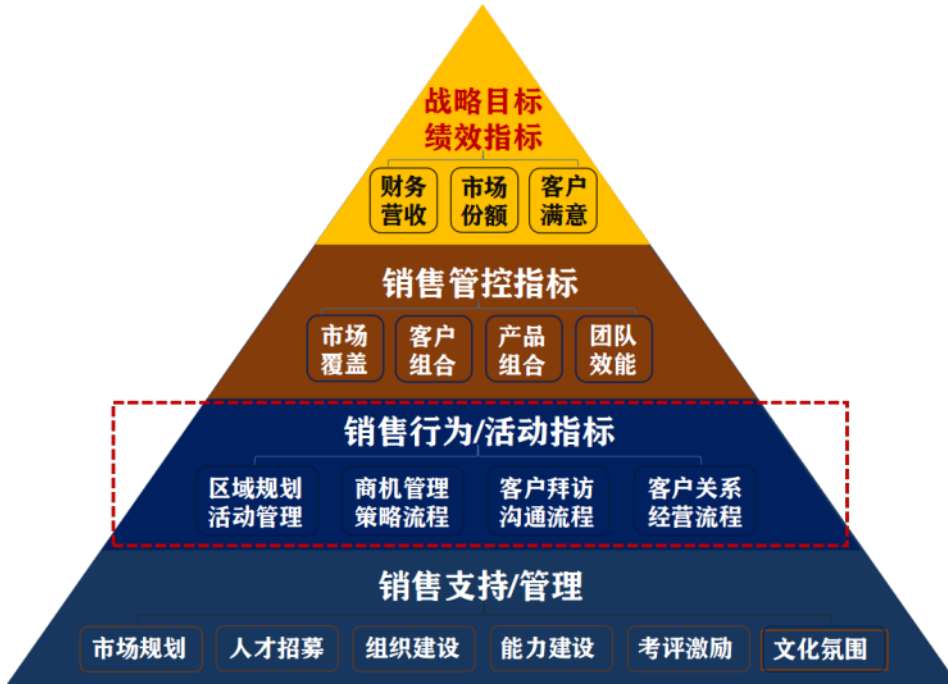
- 1.领导者创造集体主义精神
- 2.领导者亲自参与激励活动

（三）领导者擅于营造团队文化与氛围

- 1.高效能团队的六项会议
- 2.高效能团队的六种氛围
- 3.高效能团队的六项文化

十、做出承诺（课程回顾与总结）

B2B销售管理与绩效（指标）模型



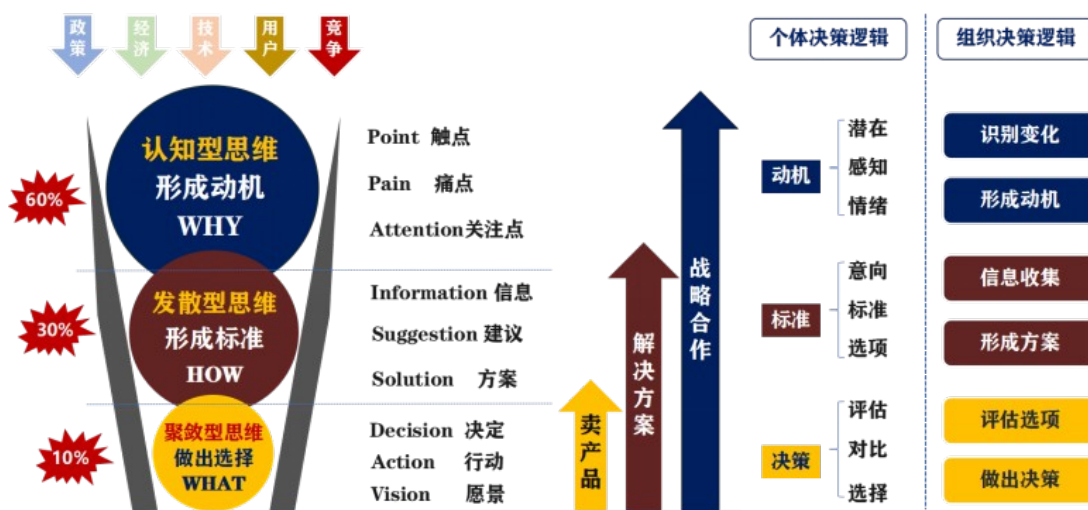
B2B 大客户销售团队效能提升模型



B2B销售业绩持续增长模型

客户资源池	销售漏斗/流程	关键销售指标	关键行为/能力	关键流程/路径	关键岗位/人员
线索池	潜在客户(新) 已有客户(老)	市场覆盖率 线索转化率	市场营销 客户经营	从市场到线索/MTL 客户经营流程/SAMP	市场部 产品部/售前 客户经营团队
商机池	需求阶段	有效商机数	项目运营 [商机管理/项目策略] [客户拜访/沟通流程] [解决方案设计/呈现] [商务谈判] [投标控标]	从线索到现金 商机管理流程 /LTC	项目铁三角团队 客户经理 产品经理 交付经理
	方案阶段	商机转化率 (项目赢单率)		战略经营	
	商务阶段	项目周期		解决方案 产品大单 渠道合作 产品快单 在线电销	
	成交阶段				
合同池	合同客户	单笔合同额 利润率	交付服务 问题解决	从问题到解决/TTR	交付/售后服务团队
客户池	客户服务 与经营阶段	客户满意度 复购量/复购率 增购量/增购率	[客户关系经营与管理] [商机挖掘/客户洞察]	客户关系管理/MCR 服务到商机/STL	客户经理 客户经营团队

个人&组织购买决策逻辑图



B2B销售商机转化与客户经营核心流程



B2B销售训战系统解决方案框架

商机管理/项目策略制定, 客户拜访/沟通流程构建, 战略客户经营/商机挖掘, 销售漏斗/流程构建				
训战主题	商机管理/销售策略 管理重要商机推进与有效控单	客户拜访/沟通策略 提升专业沟通建立信任双赢	客户关系/经营策略 洞察客户战略制定客户经营	销售漏斗/流程构建 打造企业专属的销售方法论
痛点/问题	1.打单策略更多依靠个人经验? 2.重要大单分析缺少有效指导? 3.缺少赢单最佳经验积累沉淀?	1.拜访依赖个人关系不可靠? 2.拜访缺少准备和有效评估? 3.缺少支撑业务的沟通策略?	1.不理解客户战略, 只卖产品? 2.只围绕通用客户, 缺少商机? 3.客户经营维度少, 深度不够?	1.销售团队缺乏系统方法论支撑? 2.最佳销售实践未经萃取和共享? 3.销售个人及团队业绩无法预测?
所需能力	1.构建逻辑结构分析方法 2.大单实践专家互动指导 3.工具表单萃取最佳实践	1.提升拜访准备度/有效性 2.积累行业角色销售话术 3.提升客户高层对话能力	1.客户领域趋势机遇分析 2.战略举措挖掘更多商机 3.形成重点客户经营计划	1.结构化萃取团队最佳销售实践 2.提炼最佳实践高建销售管道 3.构建科学可复制销售漏斗流程
价值/目标	提升大单赢单率/最佳实践萃取 定期分析提升赢单率/缩短周期 工具方法累积/形成标杆案例库	提升拜访效率/获得客户信任 探寻需求/方案共创/获得信任 有效复盘评估/提升沟通质量	提升客户贡献/加大交叉销售 提升单一销售/客户产出效益 持续经营/获得更多商机转化	保障销售行为和过程管理有效性 复制关键销售流程提升销售效能 提升团队绩效和销售预测精准度

