

销售罗盘[®]
Selling Logic

B004 销售罗盘[®] 策略销售沙盘对抗 (改进版)



主讲：张长江

一、学员对象

本课程适用于工业品（或 BtoB 行业）企业中的董事长、总经理、营销总监、销售经理、行业经理、产品经理、销售主管、销售人员、销售工程师、售前技术支持，也适用于企业中致力于提升大客户或大项目策略销售能力的其他部门员工。

二、课程收益

- 掌握基于“赢单九问”（改进版在原来“九问”的基础上增加了技术营销、客户关系建立、面向关键决策者公关及项目控标策略）的策略性分析流程，让大客户（项目）销售策略的制定更加逻辑化、结构化、流程化、系统化。

- 提高项目赢率：成功应用策略销售方法，销售成功率（项目中标率）能够提升 10% ~ 15%。

- 缩短销售周期：通过制定有效策略和执行计划，减少项目停滞周期，使每单平均销售周期缩短 20%。

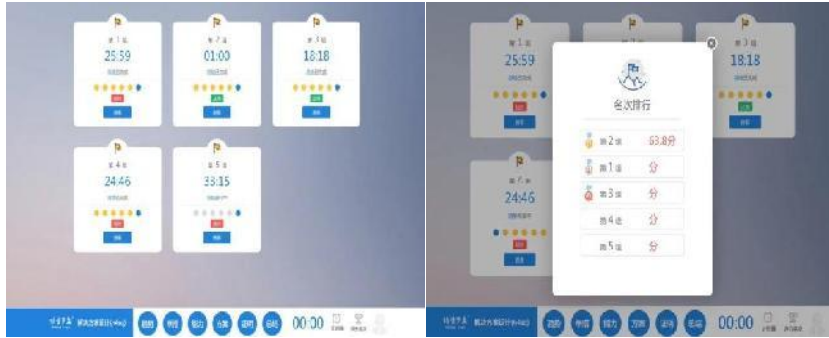
- 提高资源效率：通过精准的行动计划和有效的资源策略，降低销售成本，避免资源浪费，提升资源效能。

三、课程特色

- 在课堂上，学员将以小组为单位组建多个营销团队，各个营销团队以电子沙盘对抗的方式模拟本企业某个项目订单博弈的全过程，使学员直面激烈而残酷的商业竞争，充分激发个体潜能及群体智慧，在紧张的氛围中将课程中的关键知识点和技能迅速转化吸收。

- 课程为学员提供电子沙盘系统自带的多维度评价，对学员的形势分析与策略制定能力进行实时判断和计分，使学员学会对项目形势进行实时的分析判断，快速识别差距并不断优化己方的竞争策略，提高学员对竞争形势变化的敏感度。

- 40%原理讲解 + 20%案例分析 + 40%电子沙盘对抗，保证课程效果当天就能落地转化。



四、标准课时

本课程标准授课时长为 **2天 (12小时)**。

五、课程大纲

时间	阶段	任务	学习目标	核心技能
D1	导入	了解背景	了解课程背景与目标	明确大项目控单要点，明确训练目标
		明确规则	明确实战对抗训练规则	理解沙盘对抗的基本概念及对抗的方法
	识局	沙盘对抗 (1)	第一阶段案例对抗	建立对项目的初步认知
		识别目标	明确销售目标	理解客户购买的原因，设定销售目标
		判断形势	判断项目形势	通过项目阶段、竞争、客户紧迫程度判断项目真实进展情况，对项目风险进行准确识别，以便制定相应的营销策略
		识别角色	识别项目采购成员角色	判断客户项目中的四种角色（技术人、使用人、采购人、决策人），各种角色的特点、识别方法、彼此关系及各种角色的应对方法
		沙盘对抗 (2)	第二阶段案例对抗	建立对项目决策组织及决策机制的认知
	拆局	识别客户立场	判断客户的立场	学习识别客户的立场，根据客户的五种立场（教练、支持者、中立者、对立方、死敌）制定不同的销售策略（方法/技巧/话术）。
		识别客户影响力&参与度	分析客户参与度与影响力	分析各个角色的参与度及决策影响力
		识别客户需求	分析客户需求	分析客户的组织需求和个人需求

识别采购规则	了解客户采购规则	了解采购流程、采购模式和采购规则
客户权力地图	绘制客户权力地图	依据角色、立场、角色之间关系、权力层级绘制客户权力地图

时间	阶段	任务	学习目标	核心技能
D2	做局	沙盘对抗 (3)	第三阶段案例对抗	建立差异化竞争优势
		制定策略	制定技术及商务策略	包含建立差异化竞争优势及差异化客户关系运作策略
		部署资源	协调适当资源支持项目	合理分配调度销售资源，使资源应用更有针对性、更高效
		应对竞争	制定应对竞争的策略	通过标前技术引导实现“做局”，通过建立技术及商务壁垒打击或屏蔽竞争对手，实现“未战先胜”
	控局	沙盘对抗 (4)	第四阶段案例对抗	实现项目中标的终极目标
		面向关键决策者公关	关键决策者公关	获得关键决策者支持，实现“控局”
		项目控单	运作业主代表或评委关系	通过运作业主代表或评委关系拿到订单
		课程总结	对抗成绩公布/分享反思	学员分享心得体会，讲师点评

六、讲师介绍



6.1 讲师简介

- 工商管理硕士
- 工业品营销实战派专家
- 上海交大、浙大、清华、山大、武大总裁班特聘讲师
- SMEI 美国市场营销国际执行委员会 (Sales & Marketing Executives International) 注册营销总监 & 销售总监

- 国家工信部工业品品牌专家组成员
- IPTS 国际职业培训师协会高级培训师
- 中华讲师网全国营销十强培训师
- 原施耐德（中国）人才发展中心特聘讲师
- 原首钢国际（香港）控股销售经理
- 原联众智达营销咨询集团咨询总监

6.2 授课风格

张老师具有十五年、上百家 500 强企业或上市公司的咨询与培训经验，开展企业内训及讲授公开课上千场，好评率 100%，可谓身经百战，是真正靠谱的实战派讲师。

他博览群书，阅历丰富，视野开阔，充满智慧；他授课风格诙谐幽默、形象生动、互动性强，课堂氛围极佳；他在市场营销领域刻苦钻研近三十年，形成了完善的知识结构和知识体系，并出版过多部营销方面的专著；他课程定制开发能力强，能根据学员的行业、背景、经验设计出与学员属性高度匹配的实战课程；他控场能力强，能根据学员的情况调整授课风格和授课方式，真正做到“驾轻就熟，挥洒自如”。

在讲授理论工具的同时，张老师还会在课堂中结合自己在二十余年营销、营销管理及咨询生涯中的亲身经历，分享上百个实战案例，并在课程中融入古今中外的历史典故和人生哲理，不但使课程通俗易懂，张弛有度，而且对学员提升认知水平也非常有帮助。

6.3 授课经验

张长江老师服务过的客户：10+家世界 500 强，100+家国内上市公司

钢铁：宝武集团、鞍钢集团、太钢集团、澳大利亚博思格钢铁、中国五矿……

物流：中国远洋、中外运、安能物流……

建筑：中建八局、中建三局、中铁建工……

化工：万华化学、传化化学、法国阿科玛、中化……

新能源：明阳风机、天合光能、保利协鑫、晶科能源、固德威……

石油：中石油、中石化、中海油、海科石化……

煤炭：神华、中煤、兖矿……

有色：中国铝业、大冶有色、金田铜业……

机器人：库卡机器人、ABB 机器人、新松机器人……

半导体：日本广濑电子、中国电子科技集团……

工程机械：卡特彼勒、徐工、三一、中联重科、合力、斗山……

输配电设备：ABB、施耐德、西门子、特变电工、正泰、南瑞、思源电气……

自动化：汇川变频、博世力士乐、英威腾、合康新能

IT&信息化：上海东方有线、中国铁塔、浪潮集团……

暖通设备：凯士比泵、大金空调、良机冷却塔……

照明/LED：欧普照明、雷士照明、海洋王照明、艾比森……

汽车零部件：杭州万向、普利司通轮胎、万安发动机、华阳电子……

光学/声学/连接器/电池：中航光电、广瀚电子、德胜电子、德赛电池……

环保与水务：北控水务、首创水务、中晶环保、龙净环保……

军工：中国兵装集团、中国兵器工业集团、中船重工、中航工业……

新材料：中材科技、泰山玻纤、佛塑科技……

机械装备：阿特拉斯、台群精机、纽威数控、青岛软控、株洲中车、冰轮……

涂料：华润涂料、双瑞涂料、松井化学……

建材家居：上海耀华皮尔金顿、上海信义玻璃、东鹏陶瓷、蒙娜丽莎陶瓷…

金融：上海银行、交通银行、中国银行……

纺织：百隆东方、赛得利纤维……

印刷包装：北人印刷、金石包装……

6.4 客户评价

张老师的课程实用性强，思路清晰，对我们营销团队的帮助很大，现在我们已经邀请张老师担任我们集团的常年营销顾问和专职培训讲师。

——南玻集团 营销副总裁 赵光豪

张老师是真正的实战派讲师，他讲的很多策略和方法，我们的区域经理拿过来就可以用，这个我觉得是很重要的；我们现在已经把张老师的项目型销售管理体系运用到实际工作中了，并取得了明显的成效。

——新疆特变电工 营销总经理 宋辉

张老师所讲的内容正是我们销售团队所需要的，好像为我们量身定制的一样，这是我听过的所有培训中感觉最实用的一次。

——国电南瑞 营销总监 刘成标

张老师是我目前碰见的营销讲师中，我感觉最实战的一位，参训的学员都反映老师的实战经验很丰富，学员整体评分都在 90 分以上，培训取得了圆满的成功。

——中联工起 培训主任 冯烁

培训对于我们企业来说，我们希望的是：对我们的中层管理者，带来新的思想，新的思路，并且很多东西是可以学了就可以拿来用的，这些期望在张老师的课程中我觉得基本都实现了，这次培训，确实让大家都受益匪浅。

——泰豪科技 营销总经理 刘宝俊

对于我们这样的全球五百强企业，培训体系是相当完善的，每年我们都会接受很多来自不同领域和不同风格的讲师的培训，对于张老师我认为是属于典型的实战派，经验非常丰富，对于我们这个行业的销售模式也很熟悉，他总能运用案例、互动的方式让复杂的销售变得简单化，而且有规律可行，这确实让我收获很大。

——阿姆斯壮世界工业（中国）有限公司 营销经理 周国斌

6.5 出版专著

