

# 巧夺天工

## ——工业品销售技巧

### 课程背景：

中小客户利润薄，大客户门难进——大客户往往是众所周知的客户，竞争的激烈也是理所当然的，我们往往门都进不去！进了门也是坐冷板凳，作为 B 角供应商，甚至 C 角。怎样才能突围？客户没有把更多的生意给你，根本原因就是不够信任！本课程致力解决以下问题：

- 搞定客户的套路有哪些？
- 面对客户的闭门羹，我们怎样破局？
- 工业品销售就是要吃请送吗？
- 怎样建立起客户对我们的信任？
- 工业品销售的实战招数有哪些？

### 课程特色：有意思、有深度、有落地！

**有意思：**课程没趣，就失败了一半！本课程采用幽默案例、时事新闻案例、与学员紧密相关的案例等方式，让课程生动有吸引力。

**有深度：**思考不能 low！本课程旨在揭示问题本质，并构建模型分析原理，引导学员能深入思考，加深记忆。

**有落地：**不能落地的都是忽悠！本课程将教给学员使用工具、模型进行实操演练，可以在课堂上，即对本岗位问题进行分析，制定出改善方案。

### 课程收益：

- ◆ 搞定客户全流程技能——从搜寻商机到最后促成客户
- ◆ 学会应对客户拒绝

- ◆ 用信任搞定人
- ◆ 认识自身资源，选择成功率高的大客户
- ◆ 提升客户公关能力，让你更受青睐
- ◆ 拿下客户的方法论及理论基础

**课程时间：**2天，6小时/天（可根据企业实际需求进行定制）

**课程对象：**销售员、业务经理、销售经理、销售主管等基层销售及管理人员；销售部长、销售总监等分管销售的中高层管理者等，工业品企业营销体系中，实战技能应用者。

**适用范围：**工业原材料、医疗器械、元器件、工业设备、安防工程、中央空调等 B2B 工业品生产销售企业

## 课程大纲

**开篇：**选择陶瓷瓶还是陶艺坊？

**第一讲：**技巧的本质——工业品销售技巧解读

### 一、工业品的特性解读

#### 1. 认知工业品

**案例解析：**轴承是工业品吗？

#### 2. 特性决定从业者的技能

**课堂互动：**工业品与消费品有什么区别？

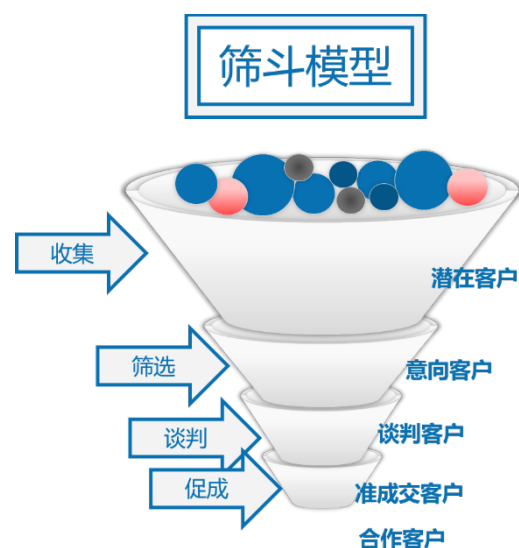
### 二、销售技巧的维度

#### 1. 技巧的基础

**课堂互动：**销售人员的技能

**案例解析：**小赵的成功秘技

#### 2. 技巧的本质



**案例解析：**价值数亿的销售手册给我们的启示

### 三、万能筛斗

1. 解读筛斗模型

**课堂互动：**产品的销售过程

2. 筛斗视角下的销售工作分解

**应用演练：**应用筛斗模型制定本司产品销售流程图

## 第二讲：过程制胜——基于筛斗模型的销售技巧

### 一、收准客

1. 销售第一步——商机收集

**案例解析：**朱闪闪和房似锦的起跑线差距

**课堂互动：**商机收集的渠道

2. 最传统的商机收集方式
3. 最廉价的商机收集方式
4. 最精准的商机收集方式
5. 最集中的商机收集方式
6. 最随缘的商机收集方式
7. 最玩命的商机收集方式
8. 商机收集方式的应用

**应用演练：**制定自己的商机收集方案

### 二、搜准信

1. 情报为王——客户筛选的基础

**案例解析：**怎样判断意向客户

## 2. 情报五维收集法

**课堂互动**：收集情报的维度

**应用演练**：应用五维收集法制定情报收集表

设计者	采购者	使用者
决策人	影响人	反馈人
支持者	中立者	反对者

### 三、找准人

#### 1. 识人九宫格——关键人和他的朋友们

**课堂互动**：决定业务成败的那些人

**案例解析**：小于的客户是怎么丢的？

#### 2. 搭建人脉的策略

**课堂互动**：我们都是怎么被搞定的？

**案例解析**：G公司出局供应商体系

**应用演练**：制定人脉搭建方案

### 识人九宫格

### 四、做准事

#### 1. 精准——技术为基础

**案例解析**：一个字母痛失全球最大电机客户

#### 2. 保准——承诺必做到

**案例解析**：王子健真的是业务高手吗？

#### 3. 狠准——做事中要点

#### 4. 不准——禁忌定规避

**应用演练**：制定自己的四准规则

## 第三讲：面对拒绝

### 一、拒绝不可怕——销售心理第一关

#### 1. 过度自尊惹的祸

课堂互动：你为什么怕拒绝？

2. 三招过关

应用演练：制定自己的过关秘笈

## 二、可怕的是不知真实原因的拒绝

1. 假性拒绝

课堂互动：你所遇到的拒绝理由

2. 破假重生

应用演练：制定自己的破假计划

## 第四讲：需求分析

### 一、一切的搞不定都是不满足根本需求

### 二、送不去出去的好意

1. 职场人的根本需求

2. 万变不离马斯洛

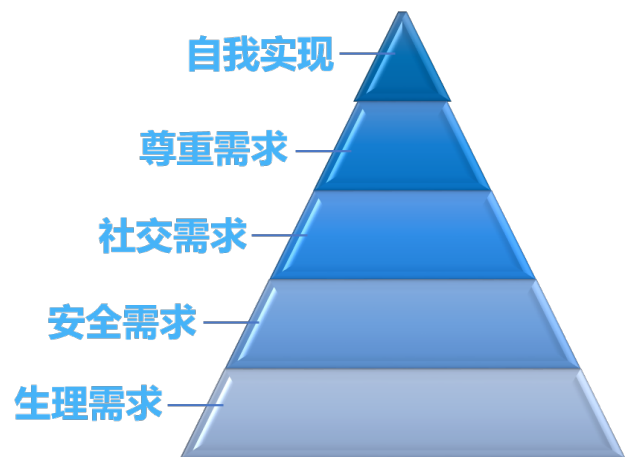
案例解析：小张为什么没能做好大客户？

### 三、关键众的需求

1. 关键人的需求

2. 关键团体的需求

应用演练：分析 **WD** 公司的关键需求



马斯洛需求层次理论

## 第五讲：信任是根——建立信任的技巧

### 一、信任模型

1. 客户为什么会不信你？

2. 自身的资源整理分析

应用演练：用信任模型制定信任计划

## 二、三招立信

1. 根

2. 跟

案例解析：拯救濒死客户——JC 电机

3. 亘

案例解析：十年进吉利

全篇总结

——互动问答环节——