

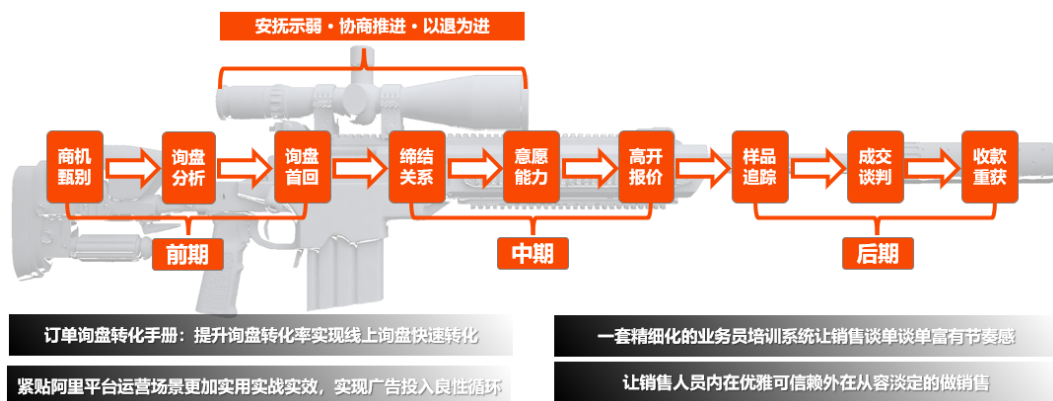
《大单狙击手》

B2B 企业 LTC 业绩增长方案班

提炼企业产品优势卖点，梳理大客户成交流程，提升销售 LTC 销售转化率

今天你为转化系统付出时间精力

明天转化系统为你创造客户业绩



主讲：销售教练孟华林老师

【特别提醒】：本特训营仅适合 B 端销售定制型产品/标准型生产制造、内外贸易销售型企业团队参与学习，含：阿里巴巴 1688 诚信通、超级工厂、国际站，谷歌独立站、展会等获客方式的内外贸企业。

【课程背景】

您好，尊敬的客户，刚刚结束了一家阿里巴巴 1688 头部商家年度咨询服务，该企业产销一体化，过去该企业董事长最关注的问题是如果建立一套属于该企业的销售流程体系从而提升每个销售人员的岗位能力，最大力度的减少负资产的销售人员。

但他面临的挑战是每年大批量的广告费投入，在多个平台均开设了重点的店铺，从运营维度询盘获客数量确实足够多，但问题是询盘转化率确低的可怜，从而导致了大量的询盘客户资源流失，投入产出比严重不足。

在调研过程中发现销售人员还在用市场上老一套的销售培训方式做“抓”“挖”“谈”“要”四部曲，走老路到不了新地方，用上个世纪的销售技巧面对今天的商业客户，无力且可笑！

销售人员热情接待“抓开场套近乎”，可客户根本不吃这套根本打不开话匣子；
销售人员千方百计“挖需求找痛点”，可客户就是隐藏需求总是撒谎；
销售人员拼尽全力“谈方案给报价”，客户得偿所愿免费获取到资讯套个方案；
销售人员暗自窃喜“要承诺搞逼单”，客户确总是考虑，最后干脆直接躲起来。

我们太低估了客户的反销售能力了，继续如此想要业绩增长简直痴人说梦，获客方式决定销售流程，销售模式决定销售重心，**作为“一把手”和销售管理者，你是否思考过是不是以下原因造成的当下结果：**

1、知己知彼：

销售没有经过先进且系统的销售训练，即不知己（企业实力、产品卖点）又不知彼（客户画像，客户需求），不知己不知彼何以有力量。

2、销售 SOP：

没有系统的销售 SOP 全流程，模糊的流程又缺乏有效的销售动作、关键节点缺失，没有系统的销售工具。

3、客户分析：

根本不具备如何识别商机、询盘分析、客户背调的销售思路与技巧方法，总在对错误的询盘做无谓的牺牲。

4、沟通技巧：

完全缺乏避免对抗、重构关系、掌握主动的沟通谈话思维、意识、技巧，从而总是陷入被动，被客户牵着鼻子跑。

5、销售谈判：

仍旧习惯“两扣”销售，还习惯于传统的“折扣”+“回扣”销售模式，产品解决方案卖不出高价值，利润越来越薄，销售谈判总处于极端劣势。

6、客户管理：

老客户持续产出低，不会做老客户经营，来自老客户的合同或订单逐年在递减，流失风险巨大！

7、团队状态：

销售团队摆烂行为严重，跟风摊平毫无动力，得过且过不思进取没有目标感，态度极差行为懒惰。

【课程收益】

你收获的不只是一场培训，更是一次内部狙击手销售方法论的落地，一套属于企业的销售全流程 SOP 的系统提炼。

- 现场提炼企业实力与产品卖点，客户画像/客户需求，知己知彼百战不殆。
- 咨询式诊断现场掌握 1 套漏斗式的销售全流程 SOP 作战地图，持续建盘复盘。
- 掌握 1 套特种兵级别的“狙击手销售方法论”，让销售顺人性有士气更有武器。
- 销售人员态度、行为、技巧 3 维 1 体全面蜕变成为敢打必胜的销售铁军团。
- 现场基于流程的 9 大能力，落地销冠军令状、对赌 PK、团队 PK 激励机制。

➤ 课后系统作业视频教学，持续对标精进销售全流程，持续优化销售全流程



SOP。

孟华林老师的培训绝非侃侃而谈的经验之说而是有系统方法论支撑，课程采用训战一体，透过体验式让学员自我觉察，销售场景视频持续内化，话术工具策略讲解完全落地，实战销售问题现场答疑嗨爆全场，团队板块更是激励震撼心灵泪撒全场，同时孟老师也号称培训界的段子手，金句频出让学员听得有味、听得有料、听得更有劲、笑声不断，在快乐中学习，在互动中成长！

【课程对象】

建议营销体系兵、将、帅共同参与学习，总经理、营销总监、运营获客市场人员、销售工程师、销售主管、销售经理、销售人员、售后客服人员、售前技术工程师、客户交付产品生产相关负责人等。

【课前准备注意事项】

- 1、讲师课前深度调研，参课前先在线上学习孟华林老师的录播课“销冠启蒙”课程，并在公司内部写下学习总结。
- 2、参训单位请截取企业日常遇到的各类型客户询盘截图发给助教老师，以便在课程中进行实战案例分析研讨。
- 3、参训学员请提前准备公司、产品介绍等电子文档，并自带笔记本电脑参加课程至少每组 1 台笔记本电脑，向助教老师拷贝销售全流程 SOP 训练手册作业本。
- 4、参训学员现场缴纳 PK 金 50 元，参与 SOP 流程评选基金，如果公司预算允许，请申请 3000 元为现场小组前三名作为奖励。（参考）

【课程时间】

标课 3 天 2 夜，可缩减至 2 天 1 夜（不含销售 SOP 作业点评）。



【课程大纲】

模块一：销冠启蒙

1、销冠的 6 项销冠潜能激活

求真与辨别能力激活
控己与控场能力激活
换位思考与利他思维能力激活

2、销冠潜能实战篇：

客户见面故意高冷实战运用；
客户说太贵了实战运用；
团购大客户控标实战运用；
社媒平台客户故意冷淡实战运用；
跟单客户故意拖拉实战运用；

3、销冠的真相：本章节帮助销售人员梳理在销售过程中常遇到的问题挑战，理解客户的购买心理，他们对付销售人员的“策略”，背后的原因，以及应对之道。在了解客户购买策略的基础上，重新审视以往销售行为。

- 销售中常见的 10 项“挑战”
- 厘清“挑战”的影响、分析“挑战”背后的原因
- 销售与客户之间的周旋和博弈
- 重新审视：销售挑战背后的原因
- 避免头疼医头，脚疼医脚的销售全流程 SOP 狙击手销售方法论 9 步签单

模块二：对内知己·自知者明

本章说明：《孙子兵法》强调：知彼知己者，百战不殆；不知彼而知己，一胜一负；不知彼，不知己，每战必殆。做销售也一样，只有知彼知己，才能胜券在握；否则，不管你成交过多少客户，都有可能 是偶然使然。在做好销售之前，先梳理自己、打造自己，只有自己变好了，才能得到更好。一味地外求，所得终究是有限的；只有不断地提升自己，才会有无限的可能。所以，在销售中，我们要对公司和自己有一个清晰的描述，尤其是亮点和优势方面，要能 如数家珍。

- 共创工具 01：企业名称与 LOGO
- 共创工具 02：企业基本概括描述
- 共创工具 03：销售 LTC 转化率数据盘点
- 共创工具 04：企业 QA 百问百答资料库
- 共创工具 05：客户为什么选择我
- 共创工具 06：企业品牌定位提炼
- 共创工具 07：企业简介优势提炼
- 共创工具 08：公司路演视频脚本设计
- 共创工具 09：销售自我介绍信任 IP 人设设计

共创工具 10：优劣质订单模型评定与应对

共创工具 11：单品 FABEG 卖点提炼

共创工具 12：方案型产品卖点提炼

共创工具 13：企业优势卖点案例库

共创工具 14：报价条件与报价单设计

模块三：对外知彼·先谋后动

了解客户，主要是指了解客户的类型、属性和采购决策流程，并得出不同客户类型的应对策略和注意事项。因为销售不是“独角戏”，不是“单口相声”，是需要客户配合才能完成的对手戏。所以，业务人员除了要了解自己以外，还必须要尽可能全面地了解客户，才能做好销售。

共创工具 15：客户画像调研清单

共创工具 16：客户企业背带清单

共创工具 17：对接人背调与 DISC

共创工具 18：国家背调案例分析

共创工具 19：客户采购流程分析

共创工具 20：客户全景背调案例库建立

共创工具 21：潜客级别评级标准建立

模块四：销售 LTC 转化率 SOP 流程方法论

LTC (Lead To Cash) LTC 即从线索到现金，是一种以客户为中心的端到端的业务流程管理体系。它涵盖了企业从市场线索获取、销售机会跟进、合同签订、产品交付到现金回款的整个业务流程。高手与普通选手最大的区别在于“瞬间判断”能力，透过业务流的梳理，根据本企业特殊业务场景做深度提炼与完善，从接触询盘到订单交付全流程，让团战协调与单兵作战皆有迹可循！

流程是骨销售方法论是血肉，没有销售方法论的销售流程绝不具备实操性，销售流程需要顺应客户的购买逻辑，将公司/产品的卖点变成客户的买点，从流程中各阶段的提问策略到话术技巧，让销售人员从思维到行为、从意识到执行全线打通，让销售团队手中有粮心中不慌，建立完善的 LTC 销售转化系统最终帮助企业打通产品、团队、客户三维一体，实现战略目标，业绩增长，解决企业不敢投入、不敢招人、管理混乱等诸多问题，最终实现管理身心解放、团队自动运转。

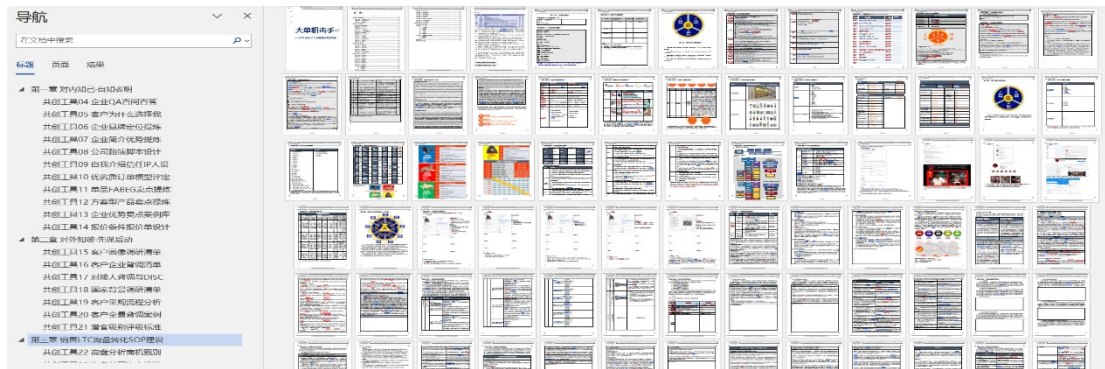
共创工具 22：询盘分析商机甄别

共创工具 23：询盘首回协商推进

共创工具 24：跟单期绝密组合拳

共创工具 25：缔结关系需求挖掘

- 共创工具 26：高开报价价格说明
- 共创工具 27：样品追踪细节管理
- 共创工具 28：拆掉报价不回炸弹
- 共创工具 29：双赢谈判利润突围
- 共创工具 30：催款成交收款重获
- 共创工具 31：客户管理深耕服务
- 共创工具 32：销售 SOP 流程图绘制



共创工具 32：自动化智能回复小满设置

备注：本课程与传统内训课程不同，属于工作坊方案班类型的课程体系，课程现场请安排好电源插线板，现场参训学员请携带笔记本电脑，提前拷贝课程共创工具资料包，课程中由培训师一边讲解课程案例一边提炼工具包，一边培训销售方法论一边提炼方法论衍生销售话术，并进行现场通关演练及企业销售自动化软件（如小满）设置。

模块五：销售铁军团队打造篇

影响销售人员业绩表现的关键因素解析，无法统一思想难打胜战，铁军团队成功的九大理念帮助销售团队打鸡血稳军心，销售铁军的 PK 激励机制加持，激发销售团队士气让团队为自己干为未来拼，实现业绩倍增管理身心解放团队自动运转。

1、理念一：成功是因为态度

- 1) 我们跟企业的关系是合作关系
- 2) 谁来承担后果谁就负责结果
- 3) 职场调查显示成功 80%因素源自于态度。

2、理念二：我是我认为的我

- 1) 遇到问题说别人的问题就你就立刻原地踏步——简称自杀！
- 2) 公司花钱找你来就是为了解决问题的没问题——你就失业！

- 3) 在公司上班拿工资还总是说公司的不好就是——出卖自己！

3、理念三：不是不可能，只是暂时没有找到方法

- 1) “我不会”：这也不会，那也不会——能力是训练出来的！
- 2) “不可能”：这不可能，那不可能——潜力是逼迫出来的！
- 3) “没办法”：这没办法，那没办法——办法是思考出来的！

4、理念四：每天进步一点点

- 1) “差不多”：这差不多，那差不多——品质是死磕出来的！
- 2) “这不行”：这也不行，那也不行——方案是研究出来的！
- 3) “没结果”：这没结果，那没结果——结果是创造出来的！

5、理念五：决心决定成功

- 1) 工作职务永远是等价的价值交换；
- 2) 做人“无愧于心”，做事“无愧于薪”；
- 3) 说一千，道一万，两横一竖就是“干”；
- 4) 普通人追求舒适，高手寻找挑战；与其人追钱不如钱追人

6、理念六：山不过来我就过去

- 1) 做事“不主动”，前途“很被动”；
- 2) 平庸的人三大死法：坐、等、看；
- 3) 不做团队旁观者，协同作战自动补位；
- 4) 团队成功了没有失败者，团队失败了没有成功者！

7、理念七：天助自助者

- 1) 别人的缺点就是你存在的价值；积极主动，以终为始，要事第一
- 2) 问题就是机会·没问题没机会；不换脑袋就换人·不转观念就转岗；
- 3) 失败者因为所以找借口·成功者即使也要找方法；
- 4) 人生可悲的是：机会来了你从没准备过或者你人却不见了！

8、理念八：我是一切的根源

- 1) 成功者主动揽责·平庸者推卸责任；
- 2) 责任圈的大小决定能力圈的大小；勇于负责任·才能担重任；
- 3) 职场是最公平的竞技场，企业是没有围墙的大学，

4) 人生处处皆考场·人生事事皆考题，我是一切的根源不找借口

9、理念九：太棒了！这样的事情居然发生在我的身上！又给了我一次成长的机会！凡事发生必有因果必有助于我！

- 1) 享受收入荣誉就要承担责任委屈；拿辞职威胁是最愚蠢懦弱做法；
- 2) 要成事先扛事；经历事故才有故事。
- 3) 双赢思维，知彼知己，统合综效，自我提升和完善。

模块六、销售铁军百团大战誓师大会



往期案例视频：

https://v.youku.com/v_show/id_XNTkwNzA2OTgyNA==.html?



[playMode=pugv&frommaciku=1](https://v.youku.com/v_show/id_XNTkwNzA2OTgyNA==.html?playMode=pugv&frommaciku=1)

