



销售线索的筛选与评估

王越导师

适合人员：

1. 销售人员：掌握客户层级需求差异，精准定位决策关键人
2. 客户经理：识别客户部门价值诉求，提升方案匹配度
3. 大客户经理：分析需求合理性，规避无效方案投入
4. 销售主管：把握需求四阶段特征，制定跟进策略
5. 销售内勤：掌握采购五适原则，优化商务支持流程
6. 市场专员：分析客户心理动机，制定精准营销策略
7. 销售总监：运用需求分类模型，优化团队培训体系
8. 销售新人：学习需求挖掘工具，快速提升成单效率

培训收益：

1. 精准定位客户群体，提升线索转化效率
2. 优化渠道资源配置，降低无效营销成本
3. 识别高价值客户来源，集中资源提升 ROI
4. 建立科学评估体系，筛选高潜力战略客户
5. 差异化应对决策链角色，缩短成交周期
6. 制定紧迫度分级策略，优先跟进关键商机
7. 强化风险预警机制，规避资金技术隐患
8. 针对性服务标准，提升客户满意度
9. 构建专业沟通体系，增强客户信任

教学方法：团队协作学习法



课程大纲：

- 第一章、为什么要细分线索来源？
 - 第一、不同客户群体对渠道接受度有差异；
 - 第二、不同渠道吸引的客户群体存在差异；
 - 第三、不同渠道进入的客户，所处阶段不同；

- o 第四、不同渠道客户对服务时效、沟通方式的要求存在差异；
- o 第五、识别高价值来源的渠道；
 - 一、如何识别高效渠道？
 - 1、转化率不同；
 - 2、获客成本不同；
 - 3、响应速度不同；
 - 4、客户质量不同；
 - 二、集中资源优先服务核心渠道；
- o 第六、适应市场变化，识别新兴渠道机会；
 - 一、市场环境在不断变化，客户来源渠道也在不断演变；
 - 二、发现潜力渠道，提前布局，抢占市场先机；
- **第二章、线索筛选与评估管理；**
 - o 第一节、制定线索管理目标；
 - 第一、制定线索数量目标；
 - 一、新增加客户的线索量；
 - 二、线索触达覆盖率目标；
 - 第二、制定线索质量目标；
 - 一、线索评分达标率；
 - 二、高价值线索占比；
 - o 第二节、设置线索评分规则；
 - 第一、预算匹配度评估；
 - 第二、决策链清晰度评估；
 - 一、经济决策者-战略价值；
 - 二、采购决策者-财务价值；
 - 三、技术选型者-技术价值；
 - 四、内部倡导者-部门价值；
 - 五、使用者-体验价值；
 - 第三、需求及紧迫度评估；
 - 第四、潜力与战略意义评估；
 - 一、短期潜力
 - 二、战略价值
 - 第五、竞争对手威胁评估；
 - 第六、风险评估；
 - 一、资金风险；
 - 二、技术风险；
 - 三、商务风险；
 - o 第三节、线索质量评分规则；
 - 一、打分权重分配（总分 100 分）；
 - 二、线索分级标准；
 - A 类（80 + 分）
 - B 类（60-79 分）
 - C 类（60 分以下）
 - o 第四节、制定线索分配规则；
 - o 第一、为什么要制定分配规则？
 - 一、防止响应不及时；
 - 二、防止分配不均；
 - 三、防止质量参差不齐；
 - 四、防止效果不良；

- 五、防止分配不公；
 - 第二、分配线索的策略；
 - 一、指定分配；
 - 1、根据需求复杂度；
 - 2、根据能力匹配度；
 - 3、根据地域优先分配；
 - 二、顺序分配；
 - 三、权重分配；
 - 四、负荷均衡；
 - 五、动态调整；
 - 第五节、线索回收与再分配；
- **第三章、制定个性化销售策略；**
 - 第一节、针对电商平台来源客户的销售策略；
 - 第一、客户典型特征；
 - 一、价格敏感度高；
 - 二、决策周期短；
 - 三、项目规模小；
 - 四、服务标准化需求强；
 - 五、夜间咨询多；
 - 六、退款纠纷风险；
 - 第二、销售策略；
 - 一、快速响应；
 - 二、标准化流程；
 - 三、风险管控；
 - 四、常见错误与避坑指南。
 - 第二节、针对搜索引擎来源客户的销售策略；
 - 第一、客户典型特征；
 - 一、需求明确性高；
 - 二、预算较高；
 - 三、注重专业背书；
 - 四、决策链较长；
 - 第二、接待策略；
 - 一、专业形象；
 - 二、分阶段沟通；
 - 三、沟通方式正式（电话/邮件）；
 - 第三节、针对线下推荐/口碑客户来源的销售策略；
 - 第一、客户典型特征；
 - 一、高信任度；
 - 二、需求复杂；
 - 三、价格敏感度低；
 - 四、长期合作倾向；
 - 五、服务要求；
 - 第二、销售策略；
 - 一、及时表达感谢；
 - 二、个性化服务；
 - 三、谨慎承诺；
 - 四、专人专岗对接；
 - 五、沟通风格；

- o 第四节、针对社交媒体客户的销售策略；
 - 第一、冲动咨询多
 - 第二、预算两极分化
 - 第三、注重视觉呈现
 - 第四、典型需求