

销售漏斗管理与销售辅导

【课程背景】：

销售的过程是量变质变交替作用的过程。销售代表在面对目标客户时呈现的方案计划来自于销售团队的集体智慧；推动销售人员高效达成销售目标需要管理者的合理引导与配合辅导；客户确定的前提是目标销售区域的划定与整体销售方案的出炉……多方面的完美衔接，缔造了天衣无缝的销售策略，打造出战无不胜的钢铁团队。这是销售管理者们的憧憬，而在销售过程中遇到的困难，却总让销售管理者们苦恼不已——

难以判断哪个销售机会最值得投入资源

没有长期有效地审核下属的销售机会

很难判断需要多少销售机会才能达到销售目标

无法建立有效的、投入产出率高的覆盖计划

针对以上问题，本课程会为销售管理者提供更深入的视角及工具，用来帮助销售人员通过行为的改变，能力的提升，带来业绩的提高。

【课时】：1天

【课程收益】

- 1、建立准确、高产出的销售漏斗
- 2、确定完成销售指标所需的潜在客户数量
- 3、设定标准对区域内的客户划分优先级
- 4、为区域内的所有客户建立区域覆盖策略

【课程大纲】：

一、介绍

目标：

- 1、回顾销售经理关注的典型区域
- 2、回顾课程目标
- 3、讨论销售管理遇到的挑战
- 4、回顾课程大纲

练习：

引进销售管理和部署的挑战

二、支持销售流程的关键销售管理原则

目标：

- 1、清楚管理的参与对销售方法论应用的影响
- 2、讨论漏斗管理和销售预测之间的不同
- 3、定义销售漏斗管理流程的主要步骤/组成部分

三、执行销售机会评估

目标：

- 1、描述在销售流程中可验证结果的重要性
- 2、了解可验证结果的重要元素清楚在质量证据中发现的关键组件
- 3、检查特定的销售机会来确定/核实里程碑
- 4、评估在里程碑下的销售机会的质量
- 5、检查可验证的结果的质量来确保里程碑的准确性
- 6、描述开发一个新的销售机会所需的5个关键因素

❖痛苦，权力，构想，价值和控制

练习：

- 1、在示例练习中分析销售机会的缺陷

2、执行一次分析销售机会中“销售实力”的练习

3、组织一次销售机会评估练习

四、执行漏斗评估（容量&速度）

目标：

1、确定漏斗中是否有足够的销售机会来完成销售预测目标

2、描述为了弥补销售预测差额而采取的可行性行动

3、确定漏斗中销售机会的移动速度能实现销售预测的完成

练习：

1、进行练习：

❖分析漏斗来确定潜在收益

❖分析漏斗报告来识别“停滞不前”的潜在销售机会

2、讨论填补销售预测差额的方法

五、预测

目标：

1、讨论关键销售机会 v. 批预测之间的不同

2、回顾一个样本预测示例报告

六、如何开始

目标：

1、描述确保组织内部使用销售流程的最佳案例

2、规避在执行过程中的常见缺陷

练习：

1、举行一次练习来制定计划支持销售流程的接受和执行