

# 《AI 赋能 打造效能型销售团队管理者》

主讲：秦超老师

## 【课程背景】

- 为什么管理者管理中面临千头万绪，总感觉捉襟见肘？
- 为什么在工作中目标计划铺排不好，部门管理出现混乱？
- 为什么上、下级之间和部门之间在沟通协调上总出现问题，造成内耗？
- 为什么管理人员自己很忙，下属却很闲，或者只会自己干，不会培育下属？
- 为什么管理人员不能率先士卒，激励团队，带出一个有凝聚力战斗力的团队？

**管理者是企业的中坚力量，是企业目标的核心载体**，在企业中起着承上启下的作用。

而现实工作中，管理人员多数较为缺乏系统的管理体系知识和技能，**很多人是从业务或技术骨干直接走上管理岗位**，靠摸索来积累管理经验，也会由于**缺乏基本的管理知识而造成失误**，给企业带来**时间、金钱和机会的代价**。有些人对管理知识的掌握，通常也是点的，**缺乏系统的管理知识架构**，中层管理团队的水平低下已经成为很多企业发展的瓶颈，导致企业虽有很好的战略，也很难实现。本课程旨在以销售团队为基础，直接瞄准销售团队的管理，结合 AI 技术，为销售团队的整体战斗力提升打下坚实基础。

## 【课程收益】

- 系统梳理业务团队管理的核心要点，结合 AI 技术，提升销售管理效能
- 掌握系统思考能力，对销售团队如何策划铺排，如何有条不紊地开展营销工作进行系统规划
- 明确管理者的职能与核心价值、掌握管理者的高效能行为习惯
- 掌握业务团队管理的核心目标，重要工作和重点方法，运用 AI 工具辅助，将管理知识落位与销售实践
- 以“实际业务”为范本，实战分析：提升管理者的市场敏锐度

## 【课程对象】

销售团队管理者

## 【课程时长】

2 天（6 小时/天）

## 【课程方式】

案例体验 + 实战方法 + 提问互动 + 分组讨论 + 实战辅导 + 复盘点评

## 【课程大纲】

### 第一部分：夯实基础篇

#### 一、管理者的角色认知-精准定位管理者的心理锚

##### 1. 管理基本理念

- 追根溯源：管理的基础理论与发展

##### 讨论：优秀管理者的素质模型

- 素质与能力的关系
- 什么样的管理者才是称职的

##### 案例分析：区分“尽力而为”与“竭尽全力”

##### 2. 管理者的角色认知

(1) 我是谁：认清管理者的角色定位

(2) 作为下属的角色

- ◇ 执行者
- ◇ 沟通者

- ◇ 参谋者
  - (2) 作为同事的“你”—同事就是我的内部客户
  - (3) 作为上司的“你”—五大角色
- ◇ 资源者：少苦力，善借力
- ◇ 领导者：少管控，善影响
- ◇ 教练员：少指挥，善指导
- ◇ 感召者：少说教，善激励
- ◇ 将帅：精亲力亲为，善赋能授权

## 二、管理者的价值分解

### 1. 管理者核心价值

- 管理者核心价值：业绩目标与可持续发展
- 管理者核心价值下的思维理念：经营思维（收入-成本=利润）

研讨与分析：我们团队的价值来源有哪些？成本支出有哪些？

### 2. 分享：你的任务是什么？

- 任务的双向维度：
  - 向上对企业负责：业绩、目标、持续
  - 向下对团队成员负责：收入、支持收入的能力、氛围

### 3. 一线管理中影响核心价值实现的的三大管理因素

- 人
  - ◇ 意愿、能力
- 资源
  - ◇ 内部资源、外部资源
- 事：过程

研讨：一线团队目标管控 or 过程管控？

- ◇ 过程管控的实质：业绩的取得不是运气，而是实实在在的积累

## 三、成为高效管理者的七项习惯修炼

1. 第一习惯：积极主动
2. 第二习惯：以终为始
3. 第三习惯：要事第一
4. 第四习惯：双赢思维
5. 第五习惯：知彼解己
6. 第六习惯：统合综效
7. 第七习惯：不断更新

研讨与分享：在工作中如何落位实现七项习惯，结合 AI 工具进行自我管理优化

## 四、目标管理与过程管控-管理者的核心能力

1. 什么是目标管理，销售团队的目标有哪些？
2. 目标管理的意义与价值
  - 组织层面
  - 个人层面
3. 目标管理的标准流程及解析
  - 目标管理“三共同”
4. 团队目标企业战略分析解读
  - 企业层面的目标认知和解析
5. 团队目标制定

- 目标制定的 SMART 原则
- 6.充分沟通：绩效目标面谈与沟通
- 演练：清晰的工作目标
- 7.目标分解与计划
- 目标分解的 5 项原则：一致性、可行性、协调性、无遗漏、充分探讨
- 计划的 5W2H 法
- 员工计划制定的两种模式：日历计划、项目计划

#### 演练：目标分解

- 8.过程管理 or 结果管理？
- 过程管理和结果管理的区别
- 过程管理与结果管理相冲突吗？
- 9.执行过程的有效管控工具：甘特图
- 甘特图的解析
- 如何使用甘特图
- 10.过程管控的重要动作：信息沟通
- 销售管理者获取信息的方式：自上而下与自下而上

## 第二部分：销售团队管理实战篇

### 五、 AI 赋能销售管理基本操作

- 1.AI 在销售管理中的应用概述
- AI 客户分析：画像构建、需求预测
- AI 销售预测：基于历史数据的业绩预测
- AI 辅助决策：智能推荐销售策略
- AI 自动化工具：邮件、短信、电话等营销自动化
- AI 在销售会议中的应用：智能议程设置、会议纪要

**六、赋能业务，以销售为导向的管理思维：销售是有科学的，有方法的，是可以掌控的！**

#### 场景研讨：销售业绩是运气吗？

- 1.销成果公式与四大变量的可控性（结合 AI 进行变量优化）
- 准客户数量：AI 客户挖掘与筛选
- 转化效率：AI 智能推荐与优化话术
- 客单量：AI 交叉销售与增值服务推荐
- 复购量：AI 客户忠诚度分析与维护
- 2.管理中三项核心工作（结合 AI）
- 客户管理：AI 客户生命周期管理
- 产品管理：AI 产品组合与优化
- 销售动作管理：AI 销售流程优化与监控

### 六、业务经营管理的有效工具和方法

- 1.经营管控利器--《工作日志》与《客户信息表》
- 工具：《工作日志表》
- AI 辅助日志分析：效率提升与问题识别
- 工具：《客户信息表》
- AI 客户信息挖掘：价值发现与个性化服务

## 2. 《工作日志》的管理

- 《工作日志》的查阅与分析
- 基于工作日志的四项重点管理：客户开发量、转化效率、单量、复购量

## 3. 《客户信息表》的管理

《客户信息表》的查阅与分析

《客户信息表》的重点管理动作：产品认可度分析、客户价值挖掘

实战演练：运用AI工具对《工作日志》与《客户信息表》进行研读和分析

## 4. 销售团队高效日常管理方法—会议经营

- 会议经营的内容与价值
- 两大类八项会议的实施与操作

### ◇ 日常管理类

早会：流程、操作、目标

夕会：流程、操作、目标

周例会：流程、操作、目标

月度经营分析会：流程、操作、目标

季度/半年度/年度总结分析会：流程、操作、目标

### ◇ 激励类

分享会：时机、流程、操作、目标

辅导会：时机、流程、操作、目标

工作坊：时机、流程、操作、目标

演练：制作你的会议经营计划

- AI会议助手：议程管理、纪要生成

## 七：团队问题的分析与解决

### 1. 认知问题

- 问题的定义
- 基于工作目标的问题来源
- 问题的分类
- 问题的结构

### 2. 问题解决六步法

- 鉴别和选择问题：鉴别问题区域，明确定义问题
- 鉴别根本原因：鉴别和评估各种可能的原因，并找到根源
- 发展多种解决方案：寻找并鉴别多种问题解决方案
- 筛选方案，制订行动计划：根据确定的标准筛选方案，制订详细的行动计划（预计的效果和可测量的监控措施等）

- 执行解决方案：严格按照计划执行方案

- 评估，标准化结果：

现场演练：实际工作问题的解决推演

## 八：基于团队问题的重要管理技能

### 1. 员工辅导与培养

- 员工表现的冰山原理
- 管理者培养下属时应有的心态定位
- 四种员工（有心无力，有力无心，有心有力，无心无力）的培养重点
- 三种方式培养的关键点：OJT（岗上培养）+ OffJT（集中培训）+SD（自我启发）
- 如何制定培育计划：AI辅助员工发展计划：个性化培训推荐

- 工作中教导的时机
- 员工辅导的 PESOS 模式

演练：员工辅导计划的制定

## 2.有效激励

- 激励的心理学原理：刺激—需求—行动
- 激励理论：XY 理论、公平理论、双因素理论、成就理论、期望理论、需求理论
- 激励中的常见误区
- 不同层次员工的不同需求
- 新时代激励的关键核心：及时与仪式化
- 案例讨论：如何让员工积极、高意愿地接受公司的挑战性任务

## 九、打造市场敏锐度：以“实际业务（产品）”为例

### 1.市场敏锐度的四方面

- 产品：产品特质、优势
- 客户（市场）：目标客户、客户关注点、客户体验、竞品
- 方法：业务的关键点、渠道、策略
- 信息渠道

### 2.以“实际业务”为例，做产品→销售”动能“四阶”系统（现场辅导产出）

- 主推产品特点分析：功能、技术特点、资费（结合 AI 进行产品竞争力分析）
- 产品场景分析：目标人群、使用场景（AI 场景模拟与预测）
- 产品卖点分析：卖点对客户的价值点（AI 卖点优化建议）
- 方法：产品核心操作点与关键话术（AI 话术优化与推荐）