

《销售的价值与技术—商机挖掘与需求转化》

主讲：秦超老师

【课程背景】

在激烈的市场竞争中，企业都明白销售对于企业的重要意义，给予了高度的关注和重点的支持，但往往结果不尽如人意。究其原因，是没有从系统上去理解销售工作，常以点状思维在做工作铺排，其结果自然无法达到满意的效果。在销售工作中，特别是面对政企客户市场，特别需要快速准确的发现商机，并运用方法进行有效的需求转换和价值呈现，才能有效实现营销动作。

【课程收益】

- 梳理销售的内核与本质，掌握销售工作的业绩提升的着力点
- 掌握政企客户商机挖掘的方法
- 掌握运用顾问式 SPIN 法做客户需求挖掘
- 掌握需求烙印四步法
- 掌握价值匹配需求的产品价值呈现方式

【课程特色】

系统全面的销售流程梳理，以场景化的方式，还原工作真实场景，更熟悉，更具体的进行实战技巧学习，快速落位到工作中。讲师市场营销出身，具备一线市场营销及管理背景，有非常丰富的政企市场实战经验和优异战绩。

【课程对象】

客户经理、业务链条相关支撑人员

【课程时长】

0.5 天（6 小时/天）

【课程课纲】

第一场场景：销售难吗？销售到底是做什么？销售怎么才更容易？

一、场景分享与研讨：

1. 你的销售生涯中的成功与不成功

二、场景知识点：

1. 从客户心理分析销售过程

- 不安不满（寻找、激发）— 欲求（获取、引导）— 行动、决定（促进、持续）

2. 销售的核心与本质

- 需求：销售要解决的核心问题
- 价值交换：销售行为的本质

3. 销售的三项关键要素

- 信息差
- 认知差
- 资源差

第二场景：你了解你的客户吗？商机如何挖掘？

一、场景分享与研讨：

1. 你的第一个客户是怎么来的？

2. 你最大的客户是怎么来的？

3. 你经历过的最“神奇”的客户来源是什么？

4. 你了解你的客户吗？你是如何了解的？

二、场景知识点：

1. 政企市场客户开拓

- 开拓渠道
 - ◇ 产业链渠道、行业协会、社会资源、转介绍
- 开拓方式
 - ◇ 陌拜、中间人引荐、社会活动、政策资源

2. 政企客户特点与需求分析

- 政企客户组织特点
- 政企客户采购三因素
- 政企客户购买决策过程分析
- 政企客户组织内部角色分析

3. 政企市场商机挖掘

- 商机挖掘的前提-客户信息：基础信息、业务信息（利润点、增量点、业务难点、）、组织信息、交易情况（采购计划、时间表、预算、竞争对手）、关键人个人信息
- 信息的收集：一般信息查询法、周边了解法、现场观察法、关键访谈法
- 客户信息分析：MAN-基于需求度、购买力和决策力的三维分析法
 - ◇ MAN 客户分类：不同分类下客户的接触分析
- 五维组织关系人分析
- 找到决策关键人

4. 商机的可靠性验证

- 商机的有效性
 - ◇ 伪商机、显性商机、真实商机
 - ◇ 真实商机的判断依据

第三场景：你会将商机进行需求转换吗？

一、场景分享与研讨：

1. 和客户聊得很开心，可是聊到业务就“无疾而终”了？
2. 客户和你说了一堆想法，你做好方案，客户却总说差一点？

二、场景知识点：

1. 需求烙印的四步法

- 场景问题探讨
- 问题难点探讨
- 核心诉求探讨
- 需求引导探讨

演练：基于产品（服务）的 SPIN 话术

2. “产品-需求”价值呈现

- 基于信任度建立的产品呈现四部曲：行业—公司—产品—一个人
- 产品印证能力--FABE 话术运用
 - ◇ 特征-优点-价值-印证

演练：基于产品（服务）的 FABE 话术运用