

# 企业销售竞争力塑造

- ◇ 计划授课时间：1 - 2 天
- ◇ 培训对象：企业负责人、销售副总裁
- ◇ 授课方式：现场讲授、案例分享、常见模式解析、事件研讨、模拟练习
- ◇ 培训目标：大多数企业是依赖老板个人的营销能力在市场上站稳了脚跟，但随着企业的发展，仅仅依赖老板个人的销售能力对企业发展是一个巨大的制约，而且无法传承，发展潜力也非常有限，但如何帮助企业构建自身的销售竞争力，从个人能力向组织能力转变，本课程结合中外企业销售组织发展理论和老师多年企业顾问服务经验，帮助企业提炼了从机会型向管理型发展的关键路径，并佐以大量实践案例，帮助企业理清自身企业销售竞争力构建的关键逻辑和策略，结合工作坊，可以制定出企业销售竞争力构建的推进路径。

## 课程大纲：

### 一、企业销售竞争力发展的三阶段

#### 1.1 从漏斗理论看企业销售竞争力

#### 1.2 企业销售竞争力发展的三阶段

#### 1.3 三阶段特质及判断标准

#### 1.4 互动测试：您的企业处于销售竞争力的哪个阶段？

#### 1.5 企业销售竞争力发展的五步推进

- ◆ 目标商机
- ◆ 销售策略
- ◆ 团队建设
- ◆ 绩效激励
- ◆ 资源支持

### 二、明确目标客群，建立稳定有效的商机来源

#### 2.2 明确目标客户

- ◆ 清晰定义目标客户是企业销售竞争力持续有效的保障
- ◆ 目标客户的充分必要描述
- ◆ 工具输出：目标客户定义的 4w 法则  
目标客户的分级矩阵
- ◆ 现场研讨：定义你的目标客户

#### 2.3 商机来源

- ◆ 商机来源的有效途径
- ◆ 商机来源的建设矩阵
- ◆ 商机的评估关键
- ◆ 现场研讨：建立你的商机来源和评估模式

### 三、梳理优化销售策略，实现可控的业绩提升

#### 3.1 清晰流程

- ◆ 可参考的销售标准流程
- ◆ 案例分享：依据企业情况对流程的精简或细化
- ◆ 界定每个流程节点需要达成的推进目标
- ◆ 借助清晰流程让销售管理更可控

#### 3.2 有效销售策略的总结与提炼

- ◆ 常见的销售类型与对应策略
- ◆ 三个基础：优势分析、样板客户、案例复盘
- ◆ 工具输出：优势盘点对比图
- ◆ 样板客户打造的三个层级
- ◆ 工具输出：案例有效复盘工具

##### 案例经验萃取的 STAR 法

#### 3.3 持续优化迭代销售策略

### 四、建设销售团队，形成团队成长路径

#### 4.1 销售团队培养本质上是一个流程培养推进的问题

#### 4.2 销售团队建设的三个一工程

- ◆ 中小企业怎么选销售
- ◆ 找新人还是有经验的？
- ◆ 中小企业找好销售的关键技巧
- ◆ 工具输出：销售经验判断的 BEI 法
- ◆ 运用销售策略战训结合，让销售培养事半功倍
- ◆ 工具输出：战训结合的路径培养法
- ◆ 案例分享：十倍回报的销售团队培养

#### 4.3 好的销售管理者要学会做销售辅导

- ◆ 结合关键产出，以终为始开展销售辅导
- ◆ 中小企业销售团队培养的三个关键活动
- ◆ 工具输出：销售辅导流程

## 五、构建有效的绩效激励体系持续保持团队销售积极性

### 5.1 案例解析：

#### 5.2 绩效激励体系设计的四大原则

#### 5.3 工具输出：四大原则的黄金四问

#### 5.4 绩效激励体系设计路径参考

- ◆ 工具输出：绩效激励体系设计路径图
- ◆ 从利润到总薪资成本
- ◆ 销售薪资的基本构成
- ◆ 激励资源盘点
- ◆ 必要的过程奖励设计

#### 5.5 绩效激励体系设计的其他注意事项

- ◆ 隐形成本怎么处理
- ◆ 持续性收入如何激励
- ◆ 前人栽树后人乘凉怎么办
- ◆ 团队协作情况下的奖金分配

## 六、持续优化资源支持让销售竞争力持续改善

### 6.1 必要的资质支持

### 6.2 成功案例与权威背书

- ◆ 成功案例的包装与传播
- ◆ 学会运用权威背书的晕轮效应

### 6.3 建立以客户为中心的倒三角支撑体系

- ◆ 销售、市场与运营服务的关系
- ◆ 中小企业如何开展市场支持
- ◆ 多团队协同的铁三角支撑体系
- ◆ 案例解析：华为的铁三角销售模式

### 6.4 销售系统建设

- ◆ 销售系统建设的必要性
- ◆ 不一定是大投入的 IT 系统
- ◆ 成本很低的销售系统建设模式参考
- ◆ 重要的是数据信息的管理
- ◆ 刚开始的时候一定是抵制的
- ◆ 销售系统建设的双线推进办法
- ◆ 销售系统建立后的注意事项

七、从销售竞争力自测可以看到的问题总结与发展规划

三、从销售竞争力自测可以看到的问题总结与发展规划