

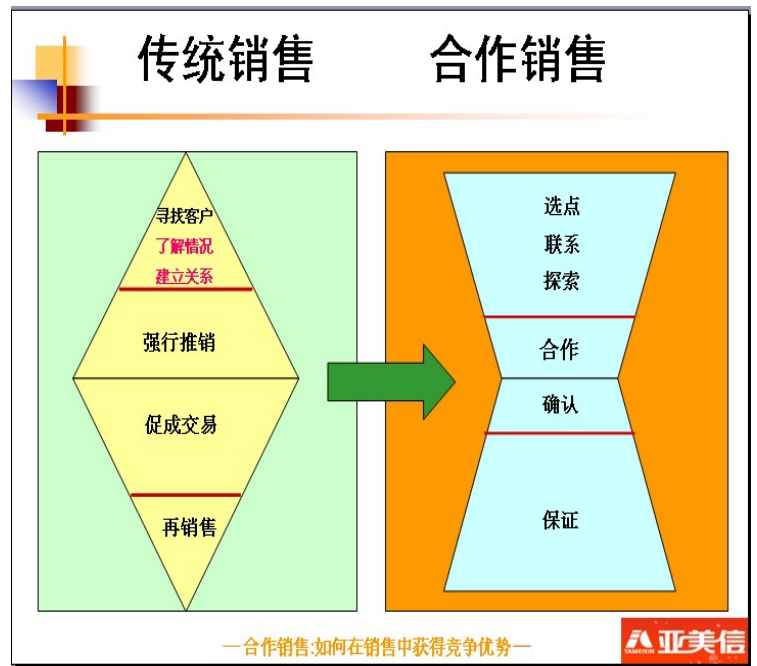
《合作销售-大客户销售能力提升》

一：本项目培养目标：

- 1、 帮助企业建立非传统的合作销售式销售团队，提升实战能力。
- 2、 帮助企业制定销售手册，总结提炼公司的销售话术和成功做法。
- 3、 培养 1-2 位管理教练和销售经理，以更好传播合作销售理念。
- 4、 版权授予，拥有国际课程《合作销售》的课程的内部使用权。

- 中国首部销售实操运用课程
- 中国首部美国原版教学大片
- 多家美国商学院的指定教材
- 本土化及反复成功验证模式

作者：托尼·亚历山德拉博士（Dr.Tony Alessandra），美国著名的市场策划和应用行为学家，市场策略和建立终身客户关系领域内的



研究权威，被誉为“美国最令人震撼的演讲家”。合作销售是托尼三十多年丰富的销售实战经验积累的成果。

《合作销售》是美国领导为研究院（America Leadership Academe）2006年大亚太地区着力推广的最重要的销售培训课程之一。它强调的是利用自身独特的竞争优势赢得顾客，并与其建立终身合作关系的合作式销售，而不是不顾顾客利益得失的一锤子买卖的操纵式销售。它不侧重学院式的高深理论，更注重实际应用方法和操作技巧；既能为销售老手开启智慧之门，又能迅速引导销售新手上路，是一部能真正提升企业营销人员销售素质，激发员工主动学习以提高销售技巧的旷世佳作。

GE、IBM、AT&T等众多跨国公司的营销实践证明：如果切实按照合作销售的“选点、联

系、探索、合作、确认、保证”六个步骤进行操作，的确有助于企业在当今竞争日益激烈的市场上获得竞争优势，赢得顾客并与其保持长久的合作关系，取得超越客户和自己期望的成功！

浙江亚美信教育科技有限公司为：

《合作销售》中国区总代理，唯一合法经销商。

课程内容如下：

合作销售 ----如何在销售中获得竞争优势

课程说明：

您是否发现，您的竞争者不仅比以前更多，而且比以前更咄咄逼人？

如何使您的每一个客户都能成为您的终生客户？

如何让您的公司在激烈竞争中脱颖而出？

研究发现，即使是一个从事传统行业的企业，只要真正采用合作销售的管理技术来指导员工，几乎所有的公司都能极大地改善自己的销售和经营状况，迅速在竞争中占据优势。

该课程兼顾了深度和广度，不仅介绍了日常工作中使用的工具，还对传统或常规的营销战略思维方式提出了挑战。因此，总经理、“营销老手”，以及营销新手都能从中获益。教学方式十分灵活，而巧妙穿插其中的录像、互动游戏加强了学习效果，使学员在整个课程中都能集中注意力。

一流的教练、实战的内容、经典的案例、珍贵的学员手册，为自我提升和企业发
展提供最直接、有效的成长系统。

课程目标：

- ◇ 帮助学员养成一种处处从市场出发的思维模式，让他们学习一些流程和工具以便更为深入地了解客户和竞争对手，并在此基础上制定出以市场为导向的战略。
- ◇ 简洁明了地鉴别自己的竞争优势。这些优势应该是能够使您、您的产品或服务、您的公司与您的主要竞争对手能够区别开来的地方。
- ◇ 概括保证顾客满意的方法。

培训方法：

录像观摩、专题讲解、小组讨论、课堂练习、案例共享、游戏活动、专业测试、现场辅导

采用小班教学模式(40 人以内)，确保学员在过程中达到：

学习 + 受益 + 提升 + 固化

培训时间：二天

课程内容：

◆ 传统销售与合作销售的区别

1. 当今市场的三个变迁
2. 传统销售
3. 合作销售

◆ 合作销售的六大技巧(步骤)

(壹) 选点

如何鉴定最佳潜在顾客的特点？如何运用个人市场技巧产生线索？

1. 分析：鉴别最佳的潜在顾客
 - ◇ 谁买了什么？
 - ◇ 你是如何找到这些顾客并销售成功的
 - ◇ 这些顾客为何买他们买的产品？
2. 寻找潜在顾客：使用个人的营销技巧来获取线索
 - ◇ 外出寻找
 - ◇ 引进寻找
3. 表单练习与小组讨论
 - ◇ 创造性地寻找线索来源
 - ◇ 寻找线索的行动计划
 - ◇ 寻找策略的行动计划

(贰) 联系

如何在 30 秒内让顾客对你产生最大兴趣？怎样有效联系潜在客户？

1. 直接收函系统
 - ◇ 范例：优秀的直接信函
 - ◇ 行动：设计你的商业信函
2. 电话
 - ◇ 行动：你的竞争优势陈述
 - ◇ 把电话作为寻找潜在顾客的工具
 - 策划首次的电话联系
 - 与潜在客户取得联系的途径
 - 常用的电话立即拒绝
3. 走访

-
- ◇ 走访准备
 - ◇ 进行走访

(参) 探索

怎么了解潜在顾客的需要和机会？如何进行有效提问？

1. **探索前的准备**
2. **如何有效地提问**
3. **倾听**
 - ◇ 其他人听人说话的习惯
 - ◇ 测试：如何测定你的倾听技巧？
 - ◇ 提高倾听技巧的行动计划
4. **当你着手进行探索时……**
5. **小结和排重要次序**

(四) 合作

如何与潜在顾客共同寻找符合他们需求和能解决他们问题的方案？

1. **了解你的竞争优势**
 - ◇ 竞争力的分析
2. **提出选择方案**
3. **取舍选择方案**
4. **商定价格**
5. **提出解决方案**
 - ◇ 特性、优点和好处
 - ◇ 小组练习
 - ◇

(伍) 确认

如何确认？什么时候确认？确认什么？

1. **消除潜在顾客的顾虑**
 - ◇ 价格
 - ◇ 重要顺序
 - ◇ 政略
 - ◇ 个性
 - ◇ 产品
 - ◇ 推迟
2. **演练：消除潜在顾客的顾虑**

(六) 保证

什么是销售中能与顾客保持长期而不寻常的成功关系的秘密？

1. **后续：顾客服务**
 - ◇ 后续服务指南

-
- ◇ 监督/测量成功的标准
 - 2. 增进顾客关系
 - 3. 扩大商机
 - ◇ 内部机会
 - ◇ 外部机会
 - ◇ 要求推荐

◆ 总结

- ◇ 合作销售是一种能与顾客建立长期关系的、合作式的、新的营销方式
- ◇ 由原来简单的“卖东西”，变成了帮助顾客解决工作或生活问题的生活顾问

◆ 行动计划

- ◇ 学员做“行动计划书”
- ◇ 现场练习
- ◇ “去做”的清单