

《政企销售能力实战提升》课程大纲

课程背景：

- 当你向客户约访，约了多次，客户依然不愿意见你的时候；
- 当你该说的都说了，下一次见面不知道说什么，做什么的时候；
- 当客户的采购进程迟迟不能向前推进，销售团队正一筹莫展的时候；
- 当你把优势说尽，客户依然无动于衷，不置可否的时候；
- 当你想确定客户是真的支持你，还是只是嘴上说说而已的时候；
- 当你不知道该如何了解客户需求，撬不开客户嘴的时候；
- 当你的临门一脚总是射偏的时候……

这是一门实战性非常强的销售沟通课程，除了解决以上的问题，还能帮助销售人员建立系统的销售思路、客户拜访的流程与方法，按照客户的采购决策模型进行有效销售，帮助企业建立以客户为中心的拜访模式，共同的拜访框架与统一的销售语言，同时缩短销售周期，并最终提升销售赢单率。

课程目标：

- 学习一套可靠的政企销售方法论，用于计划、执行及评估销售进程
- 将自己的优势变成客户的需求，提升销售竞争力
- 建立结构化的销售沟通方法，使销售全流程变得可控
- 极大的获得客户的信任和支持，缩短销售周期
- 团队学习共同的政企销售拜访技巧，统一销售标准

课程时间：1天，7小时/天

课程对象：需要与客户面对面沟通的销售高级经理，客户经理，售前售中支持

课程方式：小组研讨+案例分享+模拟实战演练+实战点评；

课前要求：可研讨企业内部案例；小班教学，每班人数尽量控制在 40 人以内。

课程大纲

第一章：政企项目销售与购买行为的协同一致

研讨：分享我们的购买经历

一、客户购买行为分析

1. 客户的购买行为源自于核心业务痛点
2. 客户痛点产生的动因和来源
3. 各类型客户的核心痛点
4. 庖丁解牛地分析客户购买全流程
5. 满足各购买阶段中的核心诉求

二、与购买阶段协同的销售环节

1. 客户怎么买，我们就怎么卖
2. 与购买阶段协同的销售全流程分解
3. 销售全流程中的重要销售事件

三、客户需要什么样的销售

1. 销售人员的三种类型
2. 政企客户需要什么样的销售
3. 销售人员能力自我检测
4. 销售人员成功的核心要素

第二章：政企客户全景与关系建设

一、细致入微地分析政企客户的组织与关键角色

1. 搞定人是政企客户赢单前提
2. 一眼看清政企客户组织架构及决策链
3. 识别政企客户关键角色
4. 贴合不同角色的关注点

- 5.不同阶段中的加入的关键角色参与者
- 6.这么做才能赢得信任和亲密度

第三章：政企销售标准化流程及行动方案

一、政企销售从商机线索开始

- 1.LTC 流程及摸排商机线索
- 2.商机摸排的基本方法
- 3.商机线索获取的多种渠道

二、好的销售结果由积极充分的准备而来

- 1.如何才能让客户积极响应约见
- 2.销售拜访前的内、外在准备
- 3.销售拜访目标和行动承诺准备

三、首次拜访——标准化销售行为让客户产生信任

- 1.销售拜访人员基本的商务礼仪
- 2.快速建立人际好感
- 3.赞美让你成为客户喜欢的人
- 4.拜访成员/自我介绍引起关注
- 5.公司介绍展现专业能力
- 6.案例介绍激发共鸣

四、首次拜访——“抛转”而“引玉”，商机的挖掘与深入沟通

- 1.了解到什么信息才算有效拜访
- 2.形成良好互动，探寻客户现状
3. SPIN 提问法的基本内容
4. SPIN 提问法的逻辑关系
5. SPIN 提问法的示例
- 6.与客户共情变成“自己人”

- 7.能激发客户讲述兴趣的倾听方式
- 8.令话题无限延展的回应的方式
- 9.运用积极的肢体语言与客户沟通
- 10.积极销售行为需要注意的问题
- 11.确认沟通共识及下一步计划

五、再次拜访——定制化方案，呈现差异化竞争优势

- 1.定制化方案有效提升客户满意度
- 2.方案共创，自然地与客户站在一起
- 3.理解自身优势
- 4.差异化竞争优势都有哪些
- 5.通过 FAB 方法完美呈现方案
- 6.方案建议的评价标准
- 7.向客户索取承诺目标的 6 大技巧
 - (1) 提前准备
 - (2) 最高承诺和最低承诺
 - (3) 让客户感受到利益
 - (4) 符合采购节奏
 - (5) 根据销售进程加大力度
 - (6) 主动开口索取

六、签单定项——积极主动要求协助方案

- 1.主动协助客户撰写可行性研究报告（立项方案）
- 2.主动协助客户确定采购内容（招标方案）
- 3.主动协助客户定招标流程与招标评分规则
- 4.投标过程中掌握现场情况

七、实施交付与项目回款

- 1.签约是服务的开始
- 2.关注项目管理，保障项目及时实施交付
- 3.服务与维系，是下一轮销售的基础
- 4.项目回款是销售的基本职责