

# 《战国七雄》之销售赋能

## 【课程背景】：

战国上承春秋乱世，中续百家争鸣，后启大秦帝国。是中国的思想、学术、科技、军事以及政治发展的黄金时期，史称“百家争鸣”；与此同时，图强求存的各诸侯国展开了许多举世闻名的变法和改革，如吴起商鞅的变法图强；而在兼并战争过程中，如张仪、苏秦的纵横捭阖，廉颇、李牧的战场争锋，春申君、孟尝君、信陵君、平原君的政治斡旋……诸如此类，不胜枚举，涌现出了大量为后世传诵的成语和典故。

不谋全局者不足以谋一隅。战国风云沙盘课程在短短一天的时间内，模拟市场竞争的环境下，销售如何伺机而动，借助团队的力量，沟通协作有效分工。

## 【沙盘介绍】

西周末年，昏庸的周幽王为了博得王妃褒姒一笑，竟不惜在城中演出烽火戏诸侯的闹剧。然而，当少数民族犬戎进攻西周再起烽火时，诸侯无人来援，周幽王被杀，西周衰落，自此，历史进入了战国时代。

现场学员将分组模拟当时的七国诸侯，各组员将分别担任国君、丞相、将军、使臣等角色，通过3轮的国家建设、国力竞争以及结

盟。共同来演绎国家的强盛兴衰过程，诠释政治上的运筹帷幄、外交上的谋略交锋、战场上的兵戎相见、谋略上的合纵连横，验证我们古老的智慧与亘古不变的人际交往真谛。

未来企业面临着更多的不确定性，而市场上的产品同质化严重，销售团队是否强大是企业成败的重中之重，而面对未来更多的不确定性，我们的销售人员是否在心理、工具、方法、技术等各方面做好了相应的准备？

在模拟战国七雄纷争的过程中，各国将会遇到如下情形：

1. 在复杂的内外部环境，如何有效沟通达成共识？
2. 未来的项目销售过程中一定是团队作战，团队中有成员表面上献计献策，实际上却离心离德，怎么办？
3. 当团队出现冲突时，领导者要如何解决？
4. 如何与外部伙伴进行协作，并赢得他们的信任和结盟？
5. 销售人员天天抱怨市场，抱怨客户，抱怨行里现有资源不足，却没有想办法突破；

6.不知道如何区分不同类型的客户，根据不同类型的客户制定不同的销售策略；

7.不知道如何消除不同类型客户的异议达成销售；

8.面对大客户错杂的关系，无法理清决策链，不知如何入手。



## 《战国七雄》销售赋能沙盘模拟大纲

---

开篇：

1、销售的底层逻辑

四个阶段

第一阶段：概率销售，心态为王

第二阶段：理解客户，差异沟通

第三阶段：顾问销售，专业登场

第四阶段：关键客户，有效策略

两个技巧

技巧一：呈现技巧

技巧二：谈判技巧

2、回到现实：经济变革、技术变革、人才变革挑战加剧

## **第一章：战国风云前传——国家建设，战国初成**

参加培训的学员 4-8 人一组，进行角色分工，对应为沙盘模拟中的职位，进行沙盘推演。

最强大脑

沙盘及规则简介

组建团队并展示

数秒鼓掌游戏---敢于接受挑战性目标

**角色分工：**

1. 国王——国家战略最终的决定者
2. 文臣——出谋划策，运筹帷幄
3. 武将——负责国家战争，有勇有谋
4. 外交大臣——纵横捭阖，负责谈判

**情景练习：**各个角色演绎职场中的工作职能

## 第二章：战国风云之团队作战

### 职场人士的心智模式

- 目标达成是关键，沟通是核心
- 思维定式：目标-沟通-流程-人-氛围

### 团队协作才能实现共赢，前提是有效沟通

- 通过七巧板游戏，理解团队、沟通、目标之间的关系，理解执行的逻辑顺序是：沟通力—思考力—行动力。
- 销售的核心能力：结果导向、敢于接受挑战目标、开诚布公的沟通、销售策略
- F1 赛车：理解目标来自于沟通，对整体、团队和个人目标的共识

## 第三章：战国风云之厮杀

- 1、Slogan
- 2、策略
- 3、达成共识
- 4、销售策略

- 全盘计划思维导图，SWOT 分析
- 信息收集挂图作业
- 情感账户，培养内线
- 客户决策链分析：执行者、影响者、利益相关者、信息提供者、  
决策者
- 客户方信息分析：教练、中立者、支持者、对立方、死敌

## 5、客户关系推进

- 客户关系的基础；
- 客户关系发展的四种类型；
- 客户关系的意义与识别（亲近度，信任度，人情）；
- 客户关系推进：吃吃喝喝、礼尚往来、互相信任、内外营销、良  
师益友、利益同盟、商业伙伴

实战练习：建立一份客户档案；

实战练习：建立一份客户组织关系分析图

### 复盘：

- 1、第一轮后各战国是否清楚了国家目标？

2、文臣武将是否清楚地掌握了团队战略意图？

3、接下来我们的纵横捭阖的策略是？

4、战国七雄第二轮厮杀

## 第四章：战国风云——有效沟通

### 沟通的底层逻辑

- 清晰的目标
- 正确的沟通渠道
- 心态调适
- 组织语言
- 了解你的沟通对象

撕纸游戏：理解执行力的逻辑：沟通-分工-行动

### 所有销售的问题，都是沟通的问题

- DISC 自我分析，属于哪种性格的销售
- 发现对方风格，找到应对方式
- 客户属性划分为：

D型客户识别

I型客户识别

S型客户识别

C型客户识别

- 不同属性性格人的特点与沟通

D型客户的特点以及沟通策略

I型客户的特点以及沟通策略

S型客户的特点以及沟通策略

C型客户的特点以及沟通策略

**复盘：**

- 1、策略是否需要调整？
- 2、内外的资源整合是否到位？
- 3、接下来我们的纵横捭阖的策略是？
- 4、战国七雄第三轮厮杀

**第五章：总结复盘提升**