

领航式销售

——循客户的购买流程掌控每次销售机会，实践基本销售、进阶销售、尖端销售的飞跃成长

课程目标

- 突破销售的思考盲点，实践“销售就是与客户一同完成他的购买过程”的概念
- 聚焦于管理客户对需求的认知、管理客户对我方所提供商品方案的认知、管理销售机会的投资回报这三个重点，将观念与知识转化为具体行动，使学员可以根据客户需求判断一个销售机会的真实程度以及在客户心目中创造出对我方有利的需求认知
- 学习如何取得信息以判断与检核客户购买过程中的三个评估点，从而确保我方的方案在客户眼中成为最佳方案
- 引导学员从销售额、销售利润、风险、成本、策略性价值这五个构面判断销售机会的价值，使学员能够用更务实的商业眼光来处理销售机会
- 体会基本销售、进阶销售、尖端销售的区别，从而激发学员升级为尖端销售的意愿与行动



课程对象

- 我的客户开始了他们的购买过程，我花了很多精力跟进，但最终客户却没有完成购买
- 我们的产品完全符合客户的需求，但客户却没有选择我们
- 和客户谈判都完成了，到最后付钱的时候，客户突然就不买了
- 在和客户的销售过程中，我总是处在被动的状态
- 为什么总是在销售过程中遇到那么的麻烦？

课程大纲

第一章：领悟销售的本质

- 销售必须掌握客户的购买流程
- 活动：个案讨论
- 购买流程的断裂点
- 客户对卖方的三大评估点
- 销售素质的三种等级
- 掌握销售机会的三个方面

第二章：透视客户购买流程（定制案例或通用案例分析讨论）

- 描绘客户购买过程
- 掌握购买过程的断裂点
- 透视客户的三大评估点

第三章：掌握客户需求（客户需求管理计划应用练习）

- 解读客户需求
- 根据客户需求分析销售机会的成熟度
- 理解客户对需求的认知，探索对我方有利的需求认知
- 与客户对需求取得共识

第四章：主导客户评价（客户评估点管理计划应用练习）

- 如何取得信息，判断与检核客户购买过程里三个评估点
- 分析评估的过程、评估标准、参与评估的成员以及各自的影响力
- 让客户判定我们的商品满足他的需求
- 让客户认为谈判达到最佳结果
- 让客户对使用结果做出满意的评价

第五章：衡量销售价值（销售机会价值管理计划应用练习）

- 五大构面衡量销售机会的价值
- 积极争取 & 积极防御
- 提升销售机会的价值

第六章：管理销售行动（销售项目管理计划应用练习）

- 整合项目计划
- 活动：个案讨论
- 管理销售目标
- 管理资源投放
- 敏锐应对变化
- 进行组织内部沟通

第七章：销售者的自我修炼

- 如何持续优化自己对客户购买过程的掌握
- 如何强化自己掌握销售机会的功力
- 领航式销售实践计划

授课形式：

知识讲解、案例演示讲解、实战演练、小组讨论、互动交流、游戏感悟、头脑风暴、强调学员参与。