

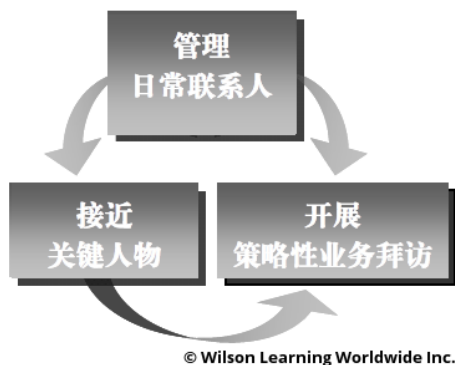


当今的商业环境下，销售工作比以往的任何时候都更为艰巨。客户所寻找的不仅仅是一个供应商，更需要一位业务顾问——理解他们的业务问题，并能提供专家意见和解决方案，帮助他们提升工作效率、生产力、财政收益和整体的竞争力。销售人员若能成功地回应上述需求，必能从竞争中脱颖而出，达成更多生意并提高销售利润率。

《进行策略性业务拜访：发掘客户的关键成功因素》模块作为《打造你的销售优势系列》的一部分，关注了专业的销售人员需要掌握的两个核心领域，帮助他们成功地接近客户的关键决策者，进而向其提供建议。若要接近客户的高层决策者，销售人员必须能够发掘、理解客户的关键成功因素（CSFs），并策略性地将解决方案与之做连接，否则他对客户而言就仅仅是一位普通的供应商。

本课程着眼于顾问式销售的基础技巧。销售人员学习如何发掘客户的关键成功因素，并据此调整、制定和定位提案的商业价值，使之满足客户这方面的要求。

进行策略性业务拜访：三步法



对一名销售而言，能否被客户视为可信赖的业务顾问的一项要素，是他在进行常规业务拜访之外，开展非产品导向（即重点不在于“推销产品”）的策略性业务拜访的能力。本课程中，销售人员将学习如何争取与客户关键人物会面的机会，如何为会面做准备；进而自信地拜访该层级的客户，进行使双方均能获益的需求发掘会面。当销售人员有效地使用这两方面的技巧时，他们将大大地提高其提供解决问题的能力，使之有效地回应客户的业务流程和优先级。

学习收益

通过此课程的学习，销售人员将掌握相关技巧，更自信地进行策略性业务拜访、发掘客户的关键问题，并制定能有效回应客户优先级的提案。

学习方法

本课程时长为1天，提供了实用的策略技巧和工具，使学员在实际工作中更好地发掘并理解客户的业务优先级。

在培训中，学员通过参加各种活动，如学习反思、案例学习和分析，赋予学习概念以实际意义。他们会将所学的新工具应用于自己客户的销售机会，新工具包括：《CSF价值创造计划表》和《策略性业务拜访计划表》。他们会针对一位实际工作中的客户，制定策略性业务拜访计划，并获得专业的反馈。学员还将根据自己对行业层面及客户公司层面关键成功因素的了解，为实际工作中的一位客户制定提案。

主题

关键成功要素的挑战

CSF的特征

运用CSF创造商业价值

策略性业务拜访：
不同层级的不同关注点

策略性业务拜访：三步法

管理你客户的日常联系人

练习如何获得约见及
为进行策略性业务拜访做准备

学习活动

学员通过一个案例分析，了解关键成功因素是如何对购买决策产生重大影响的

学员参与讨论和活动，定义关键成功因素，识别自己公司及其客户组织的关键成功因素（CSF）的特征

进行计划活动，帮助学员了解如何调整提案以迎合客户的CSFs；学员就假设案例和真实客户进行演练

学员学习策略性业务拜访与典型的或传统的产品导向的销售拜访的不同；学员还会探讨策略性业务拜访如何在客户组织中不同拜访对象上发生变化

学员学习使用三步法获取策略性拜访的机会，准备并进行策略性业务拜访

学员探讨在试图进行非典型业务拜访时，对客户日常联系人的潜在影响；学习处理来自客户日常联系人抵触的方法，并在全班活动中进行练习

学员在假设的案例中练习获得策略性业务拜访的机会，并为对自己的关键客户进行策略性业务拜访做准备

培训一结束或结束一段时间后，可进行0.5天的应用培训（可选项目）。该学习和应用内容帮助学员巩固课程的核心概念，将新知识融入实践中，并进一步深入理解所学内容。

提升绩效

《打造你的销售优势》(Sales Advantage Series, 简称SAS) 系列课程各单元皆含有丰富的运用、强化和辅助工具。这些附加的学习内容有助于销售人员回到实际工作中后，不断磨砺所学技巧并巩固新的行为方式。此外，让销售主管在项目的早期阶段就参与进来，并参加辅导下属提升绩效的相关培训，也是确保SAS课程达到培训预期目标的重要基石。

衡量绩效

参加SAS课程的组织还能获得一套衡量学员绩效和评估课程效果的工具。在课程应用培训中，组织也可以观察到学员的行为是否有所改变，并预测相关技巧对学员的日常工作将产生的影响力。客户计划工具和销售主管的辅导工具将有助于提升学员的大客户管理能力。

我们将尽心尽力帮助你的组织获得成功。同时，我们会与你们紧密合作，建立一套评估系统，保持培训活动带来的良好势头，推进组织朝着期望的目标前进。

《打造你的销售优势系列》课程

《打造你的销售优势系列》课程各单元介绍的策略性销售方法，将打造你的销售团队的能力，使之能为客户提供更大的价值，更有效地在竞争中胜出。该系列课程包括以下单元：

- 《将销售活动与客户的业务价值相结合》
- 《进行策略性业务拜访：发掘客户的关键成功因素》
- 《与客户的购买行为协调一致》
- 《创建差异化解决方案》
- 《商机管理》
- 《影响客户决策》
- 《竞争管理》

上述单元和Wilson Learning的其他课程一样，可根据客户组织的销售环境及业务重点，进行客制化，且确保量身定做的课程与客户组织的销售流程保持一致性。