

打造你的销售优势系列课程

Sales Advantage Series



要想在当今错综复杂的销售环境中取得成功，销售人员必须超越传统销售方式，承担起**顾问 (Consultant)**和**策略者 (Strategist)**两个角色，为客户及自己所在的组织提供服务、创造价值。“顾问式销售”——一种理解并将解决方案与客户业务的优先级紧密连接的能力——固然重要，但已远不足以体现销售组织的差异化。“策略性销售”同样也必不可少——即作为所服务组织的策略者，把握高收益的商机，展现商业价值；同时以一种对客户有益的方式管理竞争。若想从竞争中胜出，销售人员必须成为客户真正的顾问和所在组织的策略者，针对客户的核心业务流程提出不同层次的问题。

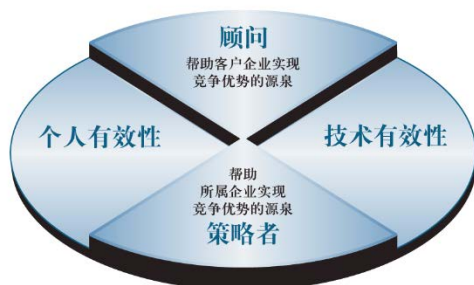
《打造你的销售优势》(SAS) 系列课程着眼于帮助销售人员建立这种顾问的心态，通过运用关键的顾问式方法、技巧和工具，为客户创造更多业务层面的价值。同时，为了建立策略者的心态，本系列课程包含一些模块，侧重帮助销售人员识别对自己公司而言高收益的商机，并以一种对客户有益的方式管理竞争。

《打造你的销售优势》系列课程旨在帮助高绩效的销售人员成为客户和自己组织的可信赖的业务顾问，从而在竞争中脱颖而出。该系列课程帮助销售人员全面了解顾问式销售的几个关键要素：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；帮助客户提升业务流程。

该系列课程还将帮助销售人员提升与策略者相对应的技能，即更有效地管理商机，影响客户决策，以及管理竞争，避免在竞争中的盲目出击。

在当今市场中，要想葆有竞争力，上述所有环节对客户创造业务价值、为自己公司创造高利润的商机都是至关重要的。《打造你的销售优势》每个模块包含的策略性方法，将帮助你的销售人员成为客户真正需要的业务顾问。

顾问-策略者模型



© Wilson Learning Worldwide Inc.

课程收益

许多组织亟需专家的意见和有针对性的解决方案，帮助他们处理业务层面的基本问题，包括生产力、效率、财务业绩和投资回报。客户希望销售人员能够帮助他们解决这些问题。而销售人员的组织则要求他们在销售过程中能从生意的角度考虑问题，为他们自己也为公司带来更好的业务。处理好这两者之间平衡的销售人员，将能够赢得高利润的订单、维系并发展更多高收益的生意。

学习方法

《打造你的销售优势》系列课程由以下这些不同的模块所组成：

- 《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》
- 《将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》

这些模块可以是独立的，也可以是一个整体课程。学员需完成每个模块的课前作业，以便更好地利用培训活动，将所学内容、案例练习和新工具的应用与现实场景相联系。销售人员也通过实践自己的销售机会来提高他们对工具的理解和使用。

0.5天的应用培训（可选项目）帮助销售人员巩固核心内容，并将新想法付诸于实践。

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，保持培训活动所带来的良好势头，推进组织朝着期望的目标前进。

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组织的销售流程保持一致性。

模块

学习收益

《将销售活动与客户的业务价值相结合》

(两小时的线上课程)它是整个课程的准备部分,为销售人员建立顾问式心态,和在客户前建立起业务顾问的形象打下基础

确保他们将全心参与未来的学习和培训,准备将所学的关键技巧和方法应用于自己的实际客户上

《进行策略性业务拜访:发掘客户的关键成功因素》

(一天的模块,分为两部分)强调理解组织层面优先级、行业趋势和市场因素的重要性,这一切会影响销售进程并有助于形成有价值的推荐方案;关注如何针对关键人物进行有意义的业务拜访,体现的价值。学员将了解如何为策略性业务拜访做准备,拜访中该讨论哪些内容,以及如何在与日常联系人保持良好关系的同时,在客户组织中进行更高、更深和更广层面的业务拜访

销售人员将了解对客户而言什么是最重要的,并针对客户组织中的关键人物,更有效地进行策略层面的业务拜访活动。学员不但能制定为组织带来高利润的提案,同时也为他们的客户提供更大的组织层面的价值

《与客户的购买行为协调一致》

(半天的模块)关注如何利用客户的购买优先级;研究为什么有些客户对长期且复杂的解决方案持开放的态度,而另一些客户只接受简单且风险较低的交易。这将有效帮助销售人员调整他们的方案

销售人员能够将自己销售的内容和客户的购买流程及其优先级相结合,从而赢得并维系更多业务

《创建差异化解决方案》

(半天的模块)提供系统的策略性方法和工具,帮助销售人员从竞争中胜出。销售人员将学习如何将目光跳出那些易于被商品化的性能和服务,而是就客户关注的价值,形成真正的、竞争对手难以复制的差异化

销售人员将能够通过改善客户的购买体验和使用体验,在激烈竞争的市场中使自己及所提供的方案与众不同。销售人员将了解如何在新旧客户中维护和拓展业务,以一名业务顾问的形象,为客户提供有价值的解决方案

《商机管理》

(半天的模块)侧重于在选择合适的商机时如何做出最佳决策;销售人员将了解影响顾客购买决定的因素

销售人员能够从他们的销售机会中发现高可能性、高利润率的商机

《影响客户决策》

(半天的模块)帮助销售人员学习如何针对一个具体的商机,厘清客户内部动态的决策机制,影响客户的决策,使之有利于自己的组织;销售人员通过制定**影响力地图**,汇总客户组织中各利益相关人对销售人员公司的看法,评估他们在该销售机会中的影响力程度

销售人员将通过制定影响决策过程的策略,成功影响客户的决策,使之有利于自己组织

《竞争管理》

(半天的模块)帮助高效的销售人员制定如何在竞争中胜出的策略。销售人员学习如何以**价值地图™**为工具,了解所处的竞争态势。该工具将帮助销售人员从客户的视角,评估他们及竞争对手给客户带来的价值有何不同

销售人员将从客户的视角,就某个销售机会,把自己的公司和主要竞争对手做比较;他们将知道如何实施竞争策略,使你们的组织更紧密地与客户保持一致