



## 商机管理—打造销售优势

销售人员想要有所成就的一个关键成功要素就是能够承担策略家的角色。如果销售人员能够辨别出高回报的机会，并且能够在有限的资源下为公司带来业务，这个销售人员将是公司很重要的竞争优势。

《打造销售优势系列》的《商机管理》模块能够帮助经验丰富的销售人员学习如何在评估哪个商机值得跟进时做出最优的选择。销售人员在这个模块中还会掌握影响客户推进购买决定的若干要素。

### 商机分析：三个要素

可能性分析	价值分析	定位分析
客户要购买吗？	这个商机对公司和我是否有价值？	客户愿意从我这里购买吗？

销售人员将学习如何使用这三个要素来分析每一个销售机会，从而获得证据以决定是否跟进该机会。帮助每个销售准确评估这个机会带来的价值，争取到销售管理者对他们销售行为的支持。还能帮助他们把宝贵的时间和有限的资源投入到为公司带来最大价值和最大合作可能性的商机上。

### 价值主张

《商机管理》能够帮助销售人员从他们的客户群中识别出合作可能性高且获利高的商机。

### 课程安排

Wilson Learning 坚信培训一定要转化为日常的销售行为，这样才能更好地帮助到客户。为实现这一目标，《商机管理》的课程内容和活动包含如下方面：

**准备学员：**通过课前的沟通和延展学习平台，学员将对整个学习内容和目标有所准备。

**设计学习：**半天的模块将提供销售策略和销售工具，以帮助销售人员为公司带来更大的优势。学员还会在本模块中运用所学工具，针对自己的客户进行计划和练习。

**巩固学习效果：**可以选择延展学习平台帮助学员将学习的内容转化为工作的绩效，也可以选择进行半天的课程应用培训，帮助学员在 Wilson Learning 顾问的指导下，将所学工具方法应用到具体的商机中，并进一步深入理解并掌握所学内容。



管理商机	
单元要点	学习活动
<b>区分商机优先级的价值</b>	理解将时间和精力投入到那些给公司带来更大价值的机会上的重要性。学习商机评价的三个要素（可能性、价值和定位），帮助其决定是否跟进该机会。学习提供证据支持这三个要素的重要性。
<b>可能性分析</b>	学习有关客户购买可能性和影响可能性的关键因素。学员将重点回答“客户要购买吗”，并找到支持他们回答该问题的证据。
<b>价值分析</b>	学习分析商机的价值，探索哪些方面决定一个商机对销售组织是否有价值。学员将重点回答“这个机会有价值吗”，并找到支持他们回答该问题的证据。
<b>定位分析</b>	学习公司的定位，考虑哪些因素会帮助销售准确评估他们公司在这个商机中的定位。学员将重点回答“客户愿意从我这里购买吗”，并找到支持他们回答该问题的证据。
<b>运用你的商机分析表</b>	学员将把所学的方法和工具应用到他自己的销售机会中。他们将学会如何使用商机分析表，并且决定“我们是否跟进该机会？”

## 提升绩效

《打造你的销售优势》系列课程(SAS)各单元附有丰富的运用、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。另外，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。在课程应用探讨中，组织可以观察到学员的行为是否有所改变，是否对业绩有潜在的影响。客户计划工具和销售主管的辅导工具则能用于跟进重要客户的业务机会。

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发展势头，推进组织朝着期望的目标继续前进。

## 《打造你的销售优势》系列课程

通过学习 SAS 各单元的策略方法，你的销售团队将能为客户提供更多的价值，更有效地完成业务活动。系列课程包括以下几个单元：

- **进行策略性业务拜访：  
发掘客户的关键成功因素**  
(Conducting Strategic Business Calls:  
Discovering Critical Success Factors)
- **与客户的购买行为协调一致**  
(Aligning with Customer Buying Behaviors)
- **创建差异化的解决方案**  
(Creating Differentiated Offerings)
- **商机管理 (Managing Opportunity)**
- **竞争管理 (Managing Competition)**

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。