

概览—大型销售流程

本课程以荷士卫大型销售的成功客户策略研究结果为基础，着重协助每位学员将客户管理流程及工具运用于实际销售案例。课程内容由大型销售流程电子工具箱支持。该工具箱提供一系列以研究结果为基础而设计的分析、计划和诊断工具来帮助您提高胜算，赢得更多的生意。此工具箱可单独使用，必要时也可与荷士卫的客户数据管理系统连结使用。

目标

培训结束后，每位参与者都能运用大型销售流程的方法及工具箱以达成以下目标：

- 有效计划重要销售活动，并与销售团队分享内容。
- 在关键影响人和购买决策者间建立更广的人际网络以加强巩固客户关系。
- 系统化地影响决策过程以取得优势，并随机应变，做出正确的策略性决定。
- 针对整个购买循环发展策略以突破内部及外部的竞争。
- 发展策略以事先处理阻碍销售的风险。
- 利用他们现有的关系，在整个客户网络中发掘和辨认客户业务的需求，加深并巩固与客户的关系以提高利润。

课程内容

购买循环

- 高复杂度和竞争性购买行为的买方心理阶段。

初步接触客户的策略 – 如何去发现并且运用：

- 可接受度之重点。
- 不满意之重点。
- 力量之重点。

决定购买的标准

- 竞争优势的基本原理 - 宏观和微观的，硬性和软性的区分标准。
- 决策方针 - 客户如何评估具竞争力的商品。
- 如何影响客户，使其决策方针有利于己。

客户对风险的顾虑

- 以详细的分析模型预测并处理客户对于风险的顾虑以免客户决定受阻。
- 如何消除客户顾虑以取得优势。

执行

- “动力下降”及其产生的原因。
- 一些避免动力下降的策略。

客户发展

- 积极的策略以巩固你的主导优势，并有效处理竞争状况。

讲师和学员人数

课程将由荷士卫认证的讲师授课。为了确保每个学员都能得到适当的关注，课程人数上限为 12 人。如果有更多的参与者，我们也会提供相应的服务资源。