

## 方法论篇

### 1. 全国和区域销售地盘规划-精准出数

**对象：销售 时间：2 天**

您是否正在努力寻找自己地盘上的新 pipeline？有未开发的客户可以让您赚钱吗？您是否有足够的 Pipeline 来完成销售指标 quota？

现场研讨会将教您如何最佳地利用时间并与他人互动，以有效地覆盖您的地盘，创建新 pipeline 并实现收入目标。该研讨会将激发新想法，分享最佳实践，提供一致的框架和实践活动，以帮助 您成功定义和执行区域规划。该培训将帮助您：

- 学习如何处理任何复杂度的地盘，客户数量从 5 个到 1000 多个
- 知道如何对您所在地区的客户进行细分和优先级排序，以及在何处着眼以获得最佳收益
- 创建真正的 GTM 计划和执行目标，以释放这种潜力
- 定义度量来测量新销售和 pipeline 的进度
- 定义何时回顾地盘计划以主动管理您地盘的节奏

### Agenda 日程

#### Day 1

- 目标、任务、日程和介绍
- 回顾课前作业: 宏观划分和差距分析
- 回顾地盘规划模板和地盘规划联系人和地盘概况
- 地盘划分
- 午餐
- 回顾宏观划分表并对你的地盘进行微观划分
- 对微观客户划分进行总结并对总结进行分析（包括中场休息）
- SWOT 理论并完成客户 SWOT 分析
- 按微观划分确定覆盖目标
- 确定覆盖模型
- 第 1 天结束

#### Day 2

- 回顾第 1 天内容和覆盖目标
- 微观划分的行动计划&按划分类别制定计划
- 测量成功的度量&识别并记录要测量的度量
- 中午 12:00 点第 2 天结束

## 2. 战略销售地图-赢在 C-level

对象：所有销售 时间：2 天

您的销售活动是否与您的客户所面临的挑战保持一致？您是否与客户中的主要决策者互动，以帮助他们解决业务问题？在客户计划和管理中，您将深入了解最佳客户的驱动因素和政治结构，了解重点关注的地方和对象。您将探索空白地带并为您客户创建协作计划。一切都是为了创造共同的价值。

- 了解您客户的计划和战略
- 今天专注的方向决定你下个季度的业绩
- 确定如何通过关键客户实现收入和渠道目标
- 看到客户的影响力和权力结构，解锁客户的组织
- 为客户团队制定计划以建立和强化关系
- 通过创造共同价值与客户确定联合执行计划
- 了解如何利用同事和其它观点来审查和改进计划
- 定义何时主动回顾计划以管理客户的节奏

### Agenda 日程

#### Day 1

- 目标, 目的, 议程, 自我介绍
- 审查客户的当前状态, 业务策略, 创新举措(包括 Break)
- 战略地图概述和战略地图创建
- 午餐
- 执行地图-识别机会和机会总结
- 影响力图及关系评估/讨论(包括 Break)
- 目标/目的/任务以及内部客户计划的完成
- 总结第一天

#### Day 2

- 第一天总结并审核客户计划
- 协作方法——价值主张和协作商业计划
- 准备复习和改进你的计划(包括休息)
- 回顾和改进你的计划
- 总结第 2 天

### 3. 销售战略与影响力地图-赢取战略订单

对象：所有销售 时间：2天

您今天是否进行战略性销售，以赢得重要的机会？您认识有影响力的人并了解他们的业务问题吗？参与商机规划和管理时，您将制定计划以赢得交易，深入了解客户的驱动因素和政治结构，并了解应关注的对象和对象。您将清楚地看到客户为什么行动，并在展示“他们为什么选择您”时为其创造价值。在复杂情况下更明智地销售。

- 了解客户的痛苦和动机
- 开发更智能，更深入的发现技术
- 确定可帮助您避免竞争的战略方法
- 解锁客户的决策结构，以查看其影响力和力量
- 通过执行整个团队战略计划来缩短销售周期
- 与客户制定联合执行计划，以满足他们的需求
- 符合并满足客户已解决和未解决的需求
- 开发解决方案介绍方法，以解决他们的问题和疑虑

#### Agenda

##### Day 1

- 课程介绍，商机规划和管理培训目标，目的和日程
- 资格审查和团队一致行动
- 讨论影响力图，协作图和设计竞争陷阱
- 午餐
- 组织工作方式，组织项目决策链、战略痛点和战术痛点与客户业务需求的关系
- 回顾第一天

##### Day 2

- 确定战略，解释业务员策略和业务领域投资优先级
- 识别影响战略的环境因素
- 联合评估计划，茶歇
- 解释需求发现过程
- 午餐
- 探索性会谈
- 异议处理
- 将价值与收益练习一起来

#### 4. 高层会话框架-打通大单的任督二脉

对象：所有销售 时间：2天

您是否不知道如何与高层会谈，快速完成大单的签署？您知道在与客户高层会谈时何时说话，何时倾听？高层掌握话语权和预算，问题越大，项目越大。为什么是你而不是竞争对手？作为销售主管，你的销售组织是否在用同一种销售语言？平均每个销售的完成额您满意吗？为什么大项目客户迟迟不下决定？该课程帮助客户销售组织提升战斗力和销售数字。

- 在所有销售中形成一致的战斗力和
- 提升销售的结单速度
- 利用唯一性优势并与全球范围内竞争
- 提升人均单产和单子金额
- 改善 Pipeline 质量和销售预测准确性

#### Agenda

##### Day 1

- 方法论介绍
- 价值驱动因素
- 价值会话框架
- 午餐
- 探索性问题，营造急迫感
- 可证明的差异化优势与陷阱设置
- 第一天结束

##### Day 2

- 角色扮演准备
- 角色扮演
- 点评与总结
- 第二天结束

## 5. 世界 500 强销售总监商机审查方法论 MEDDPICC-无死角审查

对象：销售总监以上 时间：1天

作为销售经理，您知道如何更高效地 review 销售的商机吗？您如何知道他不是在编造故事？商机审查的 8 个维度可以帮助销售经理不漏掉商机的重要方面，尽快找到问题，从而快速推进项目。

- 找到项目关键决策人
- 了解解决方案对客户产生的量化影响
- 了解客户决策链
- 了解客户内部采购流程
- 发现客户痛点
- 找到客户内部的推手
- 了解竞争态度

### Agenda

#### Day 1

- 商机审查存在的问题
- 糟糕的审查导致的后果
- 商机审查方法
- 午餐
- 方法回顾
- 角色扮演与点评
- 培训结束