**技术专家如何转型销售精英**

**Making the Transition from an Engineer to a Top Sales**

**Duration: 2 Days**

**Price: 4990 Yuan**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Apr** | **May** | **Jun** |
| 1-2(SH)13-14(WH) | 10-11(WX) | 13-14(BJ) |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Jul** | **Aug** | **Sep** | **Oct** | **Nov** | **Dec** |
| 19-20(GZ) | 8-9(SH) | 26-27(WX) | 13-14(CD)24-25(WH) | 10-11(BJ)14-15(SH) | 12-13(GZ) |

**课程意义：**

近年来越来越多的技术人员转岗成为销售，这一方面反映了我们希望给客户提供越来越专业的服务来提高客户体验，进一步加强了产品差异化；也反映了当前客户对销售工作提出的高要求。然而在实践中，技术人员对于销售岗位的适应以及相应技能的掌握还需要进一步的提升，也因此带来很多困惑和问题：

\* 该做的工作都做了，可项目依然停滞

\* 客户的需求难以从技术上满足，该怎么办

\* 和客户交流很客气，但总是得不到内幕消息

\* 明明方案很出色，但客户就是不接受

本课程旨在提高销售人员的综合能力和职业技巧，帮助将技术优势转化为的适用于客户的竞争能力，从而帮助企业在激烈的市场竞争中赢得先机。我们希望学员能够：

\* 理解销售工作的基本任务和方法。

\* 掌握销售领域的沟通和需求挖掘技巧。

\* 理解客户在销售不同阶段的主客观需求并提供相应的解决方案。

\* 关注和提高销售过程的不同环节的处理能力，有效推进项目进程。

**参加对象：**

\* 从技术人员转岗而来的销售人员

\* 初入销售岗位的技术新人

**内容大纲：**

**破冰：技术人员怎么看销售？**

\* 销售就是做关系？

\* 销售就是忽悠？

**1. 销售的任务流程**

\* 从产品到客户的旅程

 - 销售的基本职责和任务

 - 为了完成任务我们需要做的工作

 - 销售全工作流程的checklist

\* 没有完美的销售通关秘籍

 - 销售的成本与资源管理

 - 竞争优势和关注决策者

 - 永远的变化与一切可能性

\* 销售是一次旅行

 - 旅行的大目标与小目标

 - 技术目标

 - 关系目标

**2. 销售的准备阶段**

\* 安排一次见面

\* 设定见面的目标

\* 了解客户的信息

\* 判断客户的目的

\* 准备相关的资料

\* 隐藏任务——确定交流策略

**3. 销售的接触阶段**

\* 客户的第一印象

\* 开场白的技巧

\* 常见错误

\* 沟通风格测试

\* 沟通漏斗

\* 有效倾听

\* 隐藏任务——为持续沟通留下伏笔

**4. 销售的了解阶段**

\* 倾听中的提问技巧

\* 事实与观点

\* 需求背后的需求

\* 描绘需求地图

\* 沟通中的表达技巧

\* 隐藏任务——识别对方的态度与立场

**5. 销售的说服阶段**

\* 目的，时机和技巧

\* 客户利益和个人倾向

\* 说服的工具

\* 说服的技巧

\* 面对客户的反对

\* 隐藏任务——让您的方案具有人情味

**6. 销售的谈判**

\* 谈判的力量对比和双赢

\* 谈判是一种交换

\* 谈判的筹码

\* 利益还是立场

\* 注意客户的购买信号

\* 隐藏任务——考虑对方的面子

**7. 关系维护阶段**

\* 客户关系的本质

\* 技术支持

\* 关系支持

\* 隐藏任务——加深客户的感知

**8. 总结：销售的工作就是客户的期望和体验管理**

\* 业务项目失败的原因

\* 客户的期望曲线和管理

\* 安排您的工作计划——在销售中前进

**Program Outline：**

**Ice-breaking: what do technicians think of salesmen?**

 \*Selling = Networking?

\*Selling = Cheating?

**1. Sales Task Flow**

 \*A Journey Between Products and Customers

 \*Basic Duties and Tasks for Sales People

 \*Jobs to be done finishing tasks

\*Checklist for a Complete Sales Workflow

\*No Shortcuts Becoming an Ace Salesman

 \*The Cost of Selling and Resource Management

 \*Competitive Benefits and Concern for Decision Makers

\*Constant Dynamicity & All Possibilities

\*To Sell is Like to Travel

 \* Major and Minor Destinations within the Journey of Selling

 \*Technical Goal

 \*Relationship Goal

**2. Get Prepared to Sell**

 \*Set an Interview

 \*Set the Goal of Interview

 \*Get Customer Information

 \*Identify Customer Needs

 \*Be Prepared with Related Materials

 \*Hidden Task – Decide Your Communicating Strategies

**3. The Contacting Stage of Sales Process**

 \*Customers’ First Impression of You

 \*Introduction Period Techniques

 \*Usual Mistakes

 \*Assessment of Communicating Style

 \*The Funnel of Communication

 \*Effective Listening

\*Hidden Task – Set Foreshadowing for Continued Communication

**4. The Information Stage of Sales Process**

 \*Questioning Techniques while Listening

 \*Facts & View of Points

 \*Hidden Needs

 \*Drawing the Map of Needs

 \*Skills to Speak when Communicating

 \*Hidden Task – Identify the Opponents’ Mindset and Standing Point

**5. The Convincing Stage of Sales Process**

 \*Targets, Timing and Tact

 \*Customers’ Interest and Preference

 \*Tools to Persuade

 \*Techniques to Persuade

 \*Upon Customers’ Objections

 \*Hidden Task – Make Proposals with Humanity

**6. Sales Negotiation**

 \*Comparison on Negotiating Power and Win-Win Approach

 \*Negotiation means Exchange

 \*Negotiable Points

 \*Negotiation against Interest or Stance?

 \*Notice Customer’s Sign of Purchasing

 \*Hidden Task – Take into Account Opponent’s Self-Esteem

**7. The Relationship Maintaining Stage of Sales Process**

 \*The Essence of Customer Relationship

 \*Technical Support

 \*Relationship Support

 \*Hidden Task – Caring for Customer’s Feelings

**8. Conclusion: the Job of Being a Sales Person is about Customer Expectation and Experience**

 \*Why Sales Project Fails

 \*Managing Customer Expectation through the Expectation Curve

 \*Set Your Own Schedule – Progress as Doing Sales Activities