

培训时间/地点: 2025年8月5~6日(星期二~星期三)/上海

收费标准: ¥4500/人

- 含授课费、证书费、资料费、午餐费、茶点费、会务费、税费
- 不包含学员往返培训场地的交通费用、住宿费用、早餐及晚餐

课程亮点:

- **亮点1, 案例更加鲜活**
 - ✧ 丰富的实战案例储备, 入木三分的讲解, 使学员身临其境、豁然开朗
- **亮点2, 方法更加实用**
 - ✧ 以成果为导向的闭环技能, 打通关键节点, 所学即所得, 直接提升 KPI 和业绩
- **亮点3, 教学更加通透**
 - ✧ 深度教学互动, 模拟典型业务场景、红蓝对抗, 激荡思维, 提高学习收益
- **亮点4, 服务更加细腻**
 - ✧ 从培训前、培训中, 到培训后, 我们用贴心、细心, 让您安心、放心

需求问题:

- 1) 缺乏顾问式销售的理念, 不能站在客户的角度思考和推进业务
- 2) 不知道如何发问, 难以了解到有价值的需求信息
- 3) 没有针对客户需求, 有的放矢推荐产品
- 4) 不知道如何分析需求, 从而精准把握客户的关注点
- 5) 促成交易时, 临门一脚不知道如何踢, 从而丧失合作机会
- 6) 谈判时, 不能把握客户心理, 进退失据, 丧失主动权

课程目标:

- 1) 树立顾问式销售理念, 提高销售成果量
- 2) 掌握挖掘需求的闭环销售攻略, 从客户心理出发, 明确成果和竞争方法
- 3) 掌握挖掘需求的闭环沟通, 步步深入, 有效跟进客户
- 4) 掌握需求沟通技巧, 充分了解需求, 特别是高敏感的内部信息
- 5) 掌握解决方案的需求分析方法、提升销售人员的综合能力



6) 掌握谈判的思路和博弈方法，把握客户心理，掌握谈判的主动权

课程设计 & 训练思路：

闭环销售模式：以成果为导向、全场景闭合的销售模式

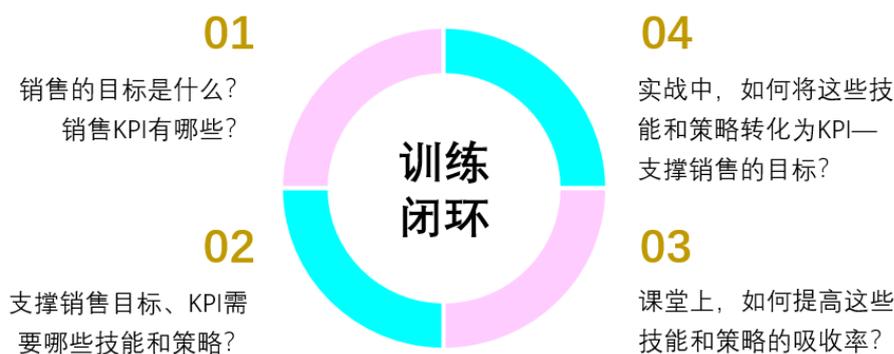
闭环销售思维：客户导向、时机导向、成果导向、竞争导向

闭环销售准则：抓住正确的时机，以正确的方式做事，争取到正确的成果

闭环销售能力：提升销售 KPI 和订单的闭环销售技能+闭环销售策略

闭环训练：

闭环训练：仗怎么打，兵就怎么练——



参训对象：

- 1) 各级销售团队负责人
- 2) 大客户销售经理、销售主管、销售工程师等
- 3) 商务人员、投标书制作人员等

授课形式：

➤ 成果教学法

以成果为导向的教学模式：

- 1) 明确学习的最终成果——提升销售成果和订单量
- 2) 由成果推断最佳实战技能（闭环销售技能）、实战策略（闭环销售策略）



3) 由成果推断最佳落地工具（闭环业务管理工具）

➤ 行动教学法

以学员为中心的教学模式：

- 1) 实战案例解读：针对销售实战案例，关键细节的解读和剖析
- 2) 典型问题互动：针对销售典型困局，发出问题、师生互动、总结最佳答案
- 3) 小组讨论分享：针对销售场景策略，分组展开讨论，分享最佳经验
- 4) 红蓝对抗演练：针对销售薄弱环节，红蓝角色对抗演练，构建最佳操作方法

课程大纲：

课程大纲	培训收益
<p>第一讲 顾问式销售的基本概念</p> <p>案例分析.....</p> <ol style="list-style-type: none"> 1, 顾问式销售是什么 2, 顾问式销售的流程与关键技能 <ul style="list-style-type: none"> 顾问式销售的流程 顾问式销售的关键技能 <p>案例分析.....</p>	<p>学习成果：了解顾问式销售的基本概念 掌握顾问式销售的流程与关键技能</p> <p>实战工具：顾问式销售的流程 闭环沟通套路</p>
<p>第二讲 大客户采取分析</p> <p>案例分析.....</p> <ol style="list-style-type: none"> 1, 大客户采购分析思路 <ul style="list-style-type: none"> 大客户采购模型 大客户采购分析思路 2, 大客户采购运作 <ul style="list-style-type: none"> 大客户采购的关键人物 大客户采购的流程节点 大客户采购的报批模式 大客户采购的里程碑与筛选漏斗 大客户采购的需求窗口期 <p>案例分析.....</p>	<p>学习成果：了解大客户采购的“内幕”</p> <p>实战工具：大客户采购分析工具 大客户采购的需求窗口期</p>
<p>第三讲 销售关键节点控制</p> <p>案例分析.....</p>	<p>学习成果：掌握销售关键节点控制方法</p> <p>实战工具：销售路线图</p>



<p>1, 大客户销售路线图</p> <p>销售低效的根本问题</p> <p>销售与采购的共振模型</p> <p>销售路线图（工具）</p> <p>2, 大客户销售关键节点控制</p> <p>如何定义销售关键节点？</p> <p>时机控制</p> <p>行为控制</p> <p>成果控制</p> <p>案例分析.....</p>	<p>销售关键节点的界定</p>
<p>第四讲 培养客户关系</p> <p>案例分析.....</p> <p>1, 客户关系心理分析</p> <p>角色心理</p> <p>工作心理</p> <p>决策心理</p> <p>2, 培养关系的时机与成果</p> <p>培养关系的时机</p> <p>培养关系的成果</p> <p>培养关系的闭环沟通</p> <p>3, 建立好感和信任</p> <p>培养好感的方法</p> <p>建立信任的策略</p> <p>4, 建立私人情谊</p> <p>约请的注意事项</p> <p>恰到好处的礼尚往来</p> <p>案例分析.....</p>	<p>学习成果: 了解客户的关系心理特征</p> <p>了解培养关系的时机与成果</p> <p>掌握培养关系的方法</p> <p>实战工具: 客户关系心理分析工具</p> <p>建立好感与信任的六种方法</p> <p>快速约请的话术</p> <p>酒桌礼仪</p> <p>赠送礼品的选择方法</p>
<p>第五讲 挖掘需求的闭环销售思维</p> <p>案例分析.....</p> <p>1, 客户需求行为与心理分析</p> <p>需求信息的时间与动态</p> <p>需求信息与客户角色</p>	<p>学习成果: 了解客户的需求行为与心理特征</p> <p>掌握挖掘需求的时机与成果</p> <p>掌握挖掘需求的竞争策略</p> <p>实战工具: 客户需求分析工具</p> <p>闭环沟通套路</p>



<p>需求的排序</p> <p>需求信息的敏感度</p> <p>显性需求与隐性需求</p> <p>2, 挖掘需求的时机与成果</p> <p>挖掘需求的时机</p> <p>挖掘需求的成果</p> <p>3, 挖掘需求的竞争</p> <p>竞争的场景</p> <p>竞争策略</p> <p>4, 挖掘需求的闭环沟通</p> <p>闭环沟通</p> <p>闭环跟进</p> <p>案例分析.....</p>	<p>闭环跟进套路</p>
<p>第六讲 挖掘与引导需求的沟通技巧</p> <p>案例分析.....</p> <p>1, 挖掘需求的沟通技巧</p> <p>剥洋葱法</p> <p>十种提问技巧</p> <p>需求信息的确认话术</p> <p>需求响应的步骤</p> <p>2, 需求的引导</p> <p>需求引导的闭环策略</p> <p>需求引导的话术</p> <p>案例分析.....</p>	<p>学习成果: 掌握挖掘需求的沟通技巧</p> <p>掌握引导需求的沟通技巧</p> <p>实战工具: 十种提问方法</p> <p>需求引导的话术</p>
<p>第七讲 谈判策略</p> <p>案例分析: 上海家化集团的合资谈判</p> <p>1, 谈判中的“牌”</p> <p>谈判中的“牌”是什么</p> <p>谈判中的常用的七张“牌”</p> <p>“牌”的三种玩法</p> <p>2, 谈判心理策略</p> <p>客户谈判的过程心理</p>	<p>学习成果: 掌握“牌”的三种玩法</p> <p>掌握客户的谈判过程心理</p> <p>掌握谈判期间的心理控制方法</p> <p>了解谈判沟通的典型问题</p> <p>掌握谈判沟通技巧</p> <p>实战工具: “牌”的梳理工具</p> <p>谈判心理分析表</p> <p>谈判过程心理的判断方法</p>



<p>谈判者的心理陷阱 如何在谈判中控制心态</p> <p>3, 谈判的闭环沟通 业务流程闭环 具体事项的谈判沟通闭环 团队协作的沟通闭环 谈判“卡壳”后的闭环</p> <p>4, 谈判沟通技巧 后发制人 直线沟通 有话慢慢说 不做过多解释 向对方转移压力 以承诺换承诺</p> <p>案例分析.....</p>	<p>谈判的闭环沟通套路</p>
<p>第八讲 合作促进</p> <p>案例分析.....</p> <p>1, 合作促进是什么 合作促进的销售成果 合作促进的闭环销售动作</p> <p>2, 合作促进的关键策略 里应外合 建立统一战线 超越竞争对手 合作成功的五个里程碑</p> <p>案例分析.....</p>	<p>学习成果: 了解合作促进的基本概念 掌握合作促进策略</p> <p>实战工具: 合作促进的闭环动作 合作促进的四种策略</p>



讲师介绍：王老师 闭环管理 | 闭环销售

➤ 数据证明实力

实战：20 年企业实践，带过 11 支不同规模的团队

培训：900 多场培训课程，学员 30000 多位

咨询：50 多个咨询项目，均大幅度提升销售 KPI 及团队业绩

案例：3000 多个案例研究，包括管理策略、营销业务

➤ 研究及产品

出版专著：《驱动力》、《大客户销售路线图》

理论研究：闭环管理、闭环销售

培训产品：闭环管理系列课程、闭环销售系列课程

咨询产品：闭环管理系统、闭环销售系统（销售 KPI 和业绩提升）

➤ 人生历练

实战背景：省政府秘书、远东科技市场总监、翰林事业部总经理、摩托罗拉政府项目销售总监、智博科技集团执行总裁等职

专业背景：清华、北大总裁班客座教授；人社部全国就业培训技术指导中心《营销师》首席专家；华为、用友等企业大学的特聘专家

➤ 部分案例

工业品	海信集团、长城润滑油、东方电器、联泓集团、康得集团、动力源股份、南山集团、慧谷化学、宇明阀门、东标电子、昆仑海岸、冠利新材料、国瑞升科技、佳力高纤、红三叶集团、深圳振豪密封、圣万提注塑、天津瑞基化工、宝武集团梅山钢铁、昆明钢铁集团、龙腾特钢、豹驰集团、河北海贺胜利、青岛瑞智精密、圣戈班管道系统、柳道热流道系统有限公司、科惠工业材料
IT、系统集成	用友股份、新大陆、东软股份、长城信息、东方通科技、天融信、万里红科技、绿盟科技（亿塞通）、华宇信息、北斗导航、四维图新、中科宇图、中科遥数、中地数码、华夏科技、中企动力、龙图软件、北大软件工程、辰安伟业、万集科技、胜利油田软件、华旭金卡、泰德汇智、爱迪科森、曙光股份、东方飞扬、北京冠金利、北京互信互通、北控三兴、易美软通、世纪东方国铁、中地时空数码
高科技	深圳力合微电子、新大陆、无锡奥特维、中车集团、北京交控、北京和利时、中国电子



顾问式销售实战技巧

公开课课纲

	集团、武汉理工大学产业集团、天诚盛业、上海力信测量、世纪东方、武汉高德、方物科技、中标方圆、新亚天影、龙德时代、广东科密集团、中航华燕科技、星格测控技术、中科英泰信息技术、深圳通业科技
环保、节能、新能源	中石油、中海油、中持股份、永清环保、中节能集团、菲达环保、中科环能、碧水源、通源环境、路域生态、内蒙古环保投资集团、富通环境、爱士环境、现代环境、青岛佳明测控、硕人科技、中科实业、北京东润环能、高能时代、晓清环保、小黄狗环保、天合光能、中广核集团、浙能电力、清华太阳能、新奥燃气、合肥中盛绿色
电气、电力	南瑞集团、远东集团、长峰集团、普讯电力、中电普华、天泽电力、西班牙埃特罗斯、施耐德、欧姆龙、湘能科技、华呈基业、特变电工、力合微电子、煜邦电力、北京合众科技、许继电器、上海吉泰电子、新创四方、秦骊成套电器、浙能电力有限公司、北京电力、山西电力、神马电力、杭州光速集团
通讯	华为、中兴通讯、北京瑞斯康达、北京电信规划设计院、中通服咨询设计研究院、深圳华讯方舟、武汉烽火集团、广州阿尔创、中国移动、辽宁移动、广西移动、郑州移动、武汉电信、中国联通北京公司
互联网	美团、百度、百科互动、人人网、阿里巴巴、必联网、校易收、上海震坤行（工业品互联网）、京东商城、车友网
非家用车、汽车配件	东风汽车设备、东安发动机、徐工、三一重工、宇通客车、西安康明斯、柳州五菱、江铃改装车、中联重科、中彰国际、卡特彼勒、江苏海沃（环保车）、中联重科、鹏翎胶管、庞大汽车集团、新宏昌重工集团、奇瑞汽车、亚之杰汽贸、北京福田、上海双林集团、意昂神州、斗山山猫、中兴智能汽车
军工企业	兵器集团 43 所、总参 56 所、南方航空发动机（已并入中国航空发动机）、西安 16 所、213 所、航天精工、新兴东方、中国电子集团 36 所
设计院、第三方机构	中南设计院、中国联合工程公司、巅峰智业、安徽省交通规划设计院、中国商业联合会、北京工程咨询公司、中认倍佳（3C 检测）、江苏中民金服、北京电信规划设计院、北京华宇恒通
建筑、建材	碧桂园、中天建设、中建七局、东方雨虹、蜀羊防水、北新、盛德宝罗
生物科技、医疗器械	中国科学器材公司（中国医药集团）、中源协和（和泽生物基因）、广州金域检验、茂健联星生物、勤邦生物、河南牧翔动物药业、毅新兴业、上海威士达、北京怡和嘉业、北京天智航、北京伏尔特、广州维力医疗器械
其他	农家福集团、大北农、正正饲料、屯玉种业、秋乐种业、大连海晏堂、北京一轻集团、绍兴会稽山酒业、苏宁电器、罗马世家、法派服装、上海钜勋、青竹美术颜料、幸福人寿、英大人寿、中福集团、中铁现代物流、天津卷烟厂、盐业集团、佛山地质局、成都



印钞厂、智美体育、宜春邮政局

