

顾问式开拓客户技巧:

发掘商机，提高成效

在很多的 B2B 商务环境下,开拓客户被视为维持现有的整个市场领域的举措。因为这种普遍的观点,很多销售人员,尤其是那些行业经验比较少的销售人员就会迅速地接受这样一种误导 - “每个人都是高潜力客户 (Prospect)”。

然而,并不是每个潜在客户 (suspect) 都是高潜力客户,也并不是每个机会都能带来真正的生意。事实上,就算你已经铺开了一个很大的市场领域,也很可能是 30 个潜在客户才带来一单成功的生意。结果,销售人员通常都竭尽全力地花费大量的时间和精力去完成这 30% 的销售,而不愿意去开拓新的客户。

销售行业内有着这样一个传统观念:“客户开发只不过是数字游戏”,而维新公司 (Wilson Learning) 推出的《顾问式开拓客户技巧》对这种传统观念提出了挑战。该课程阐述了与其盲目地扩大市场领域,不如让销售人员将他们的时间和精力集中在筛选出来的正确的潜在客户上,由此提高由潜在客户发展为成功销售的数量。

如果你希望你的销售人员最大程度地减少在低潜力客户上所花费的时间、努力和金钱,《顾问式开发客户技巧:发掘商机,提高成效》将帮助你提高他们这方面的技巧。事实证明,销售机构如果能有效运用这一销售流程,将能够:准确地从巨大的市场中判断出高潜力客户;发掘关于这些高潜力客户的重要信息;判断哪些高潜在客户是值得去跟进争取的。这一课程同时还能提高在客户开拓过程中获取关键访问要点的技巧。

课程概述

当今的商务环境正变得日益复杂,销售机构再也无法设想将有限的时间和精力花在实施“每个人都是高潜力客户”这一观念上的风险。预算很紧,利润很薄,时间很有限。在这样严峻的环境之下,销售人员如果要保证在竞争中获胜,并挑选出能带来最大利益回报的客户,就必须明确挑选的重点与规则。

课程详情

《顾问式开拓客户技巧》是一门为期一天的讲师授课型销售实用课程。它将显著提高运用顾问式销售方法的销售人员的相关技巧。该课程教授销售人员如何通过快速地确定高潜力客户、明确哪些潜在客户能成为高潜力客户、准确地找到主要决策者等方法,来从深度和广度上竞争广阔的市场占有量。

《顾问式开拓客户技巧》包含四个独特的单元,其中“开拓客户,面对挑战”探究销售人员认为开拓客户是个艰难经历的原因。它记述了有效地将潜在客户转变为真正的客户,以及确定提高客户开发回报率的方法。

“发掘优质的高潜力客户”检测潜在销售市场的主要挑战,然后确定如何过滤出没有可能的机会,并做出更有效的是否有必要进一步投入资源的重要决定。它同时也提供一个定义销售机构的客户价值和理解客户关键成功要素的方法。而且,这一单元还注明如何去开发现有客户中的潜在机会,以及如何通过人际关系网和友好推荐来发掘高潜力客户。

“接触优质的高潜力客户”讨论了在如下几个方面所面临的挑战:接近主要决策者;定位一个组织内部的正确信息;关注恰当的商务事宜;起草有效的介入信息等等 - 无论是会面,还是通过电子邮件和语音留言。

“自我激发”这一单元讲述销售人员如何克服“客户开拓障碍”并保持获得成功所必需的志气。