



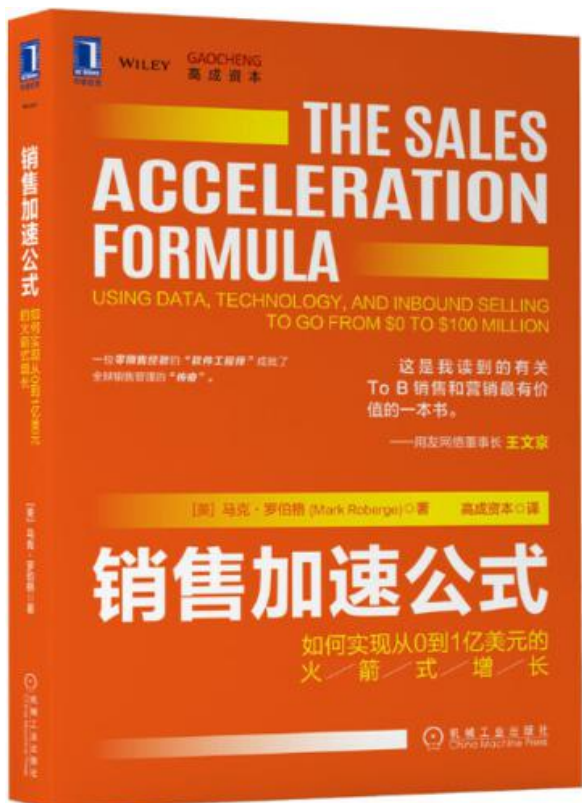
 销帮帮CRM

# 授课实战派——赢在销售力

“揭秘销售加速公式,打造数字化销冠团队”

销帮帮CRM创始人兼COO:王钊琦

相似的软件工程背景



相似的产品类型和销售形式

相似的工程化底层思维

# 目录 Directory

01

数字化招聘体系的建设

02

六大底层能力模型

03

量化驱动的销售辅导制度

04

销售组织的数字化解读



**欢迎钉钉扫码  
进直播交流群**

# Part 1

数字化招聘体系的建设

The establishment of digital recruitment system



# 销售成功的重要**驱动因素**

——贴合实际业务场景的**销售特质**



# 根据理想的**销售特质** 对求职者进行评估



在不断学习和迭代模型的过程中  
发现**高权重的销售特质**



# Part 2

## 六大底层能力模型的搭建

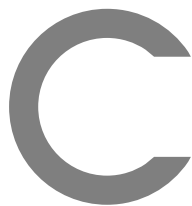
The establishment of six basic competency models



## 三大理解+三种能力



理解“产品”



会“听”的能力



理解“人”



会“说”的能力



理解“场”



会“要结果”的能力

# 1、产品介绍的**三大误区**:



**陷入产品细节：**产品功能操作说明



**陷入专业名词：**专业术语科普词典



**陷入客户需求：**提前实施售后服务

## 产品经理的**颠覆性思维**:

**从** 功能——场景——价值



**到** 价值——场景——功能

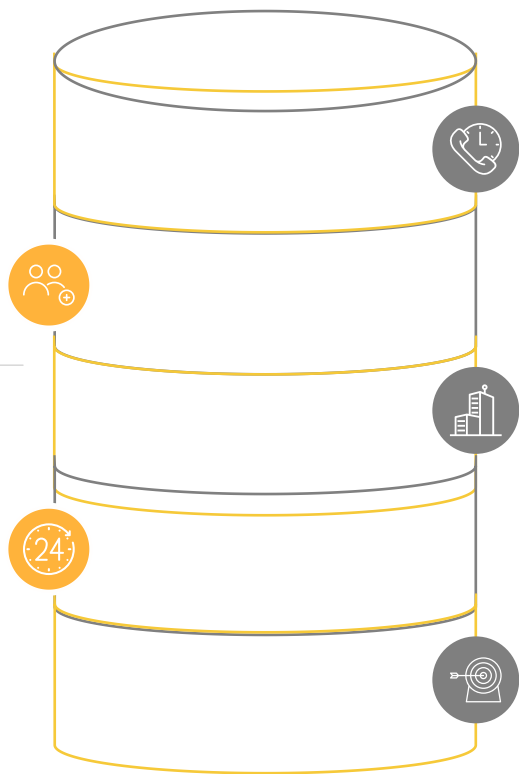
## 2、对人性的洞察：**情绪**是怎样产生的？

第二层

觉察到自我的情绪

第四层

学会管理自我情绪



第一层

认知到情绪

第三层

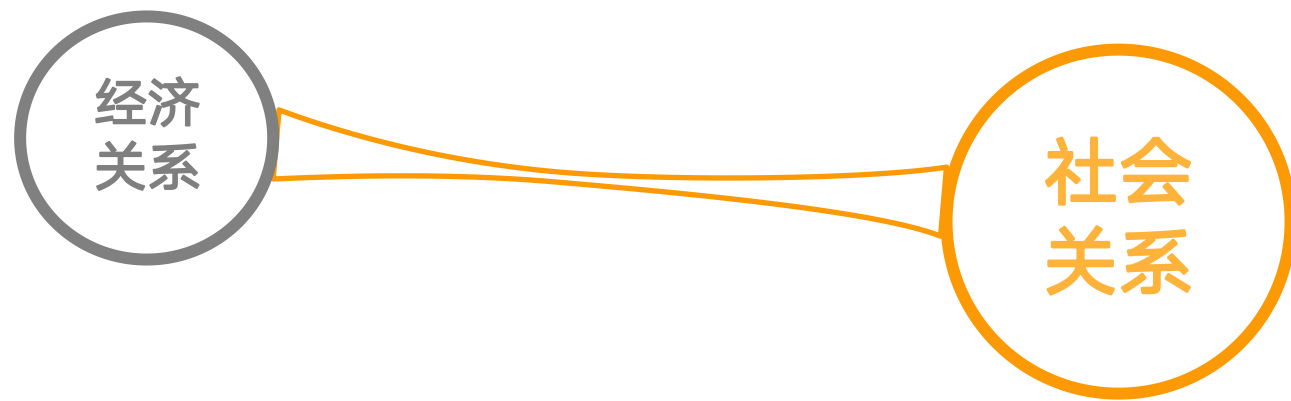
觉察到他人的情绪

第六层

学会影响他人情绪

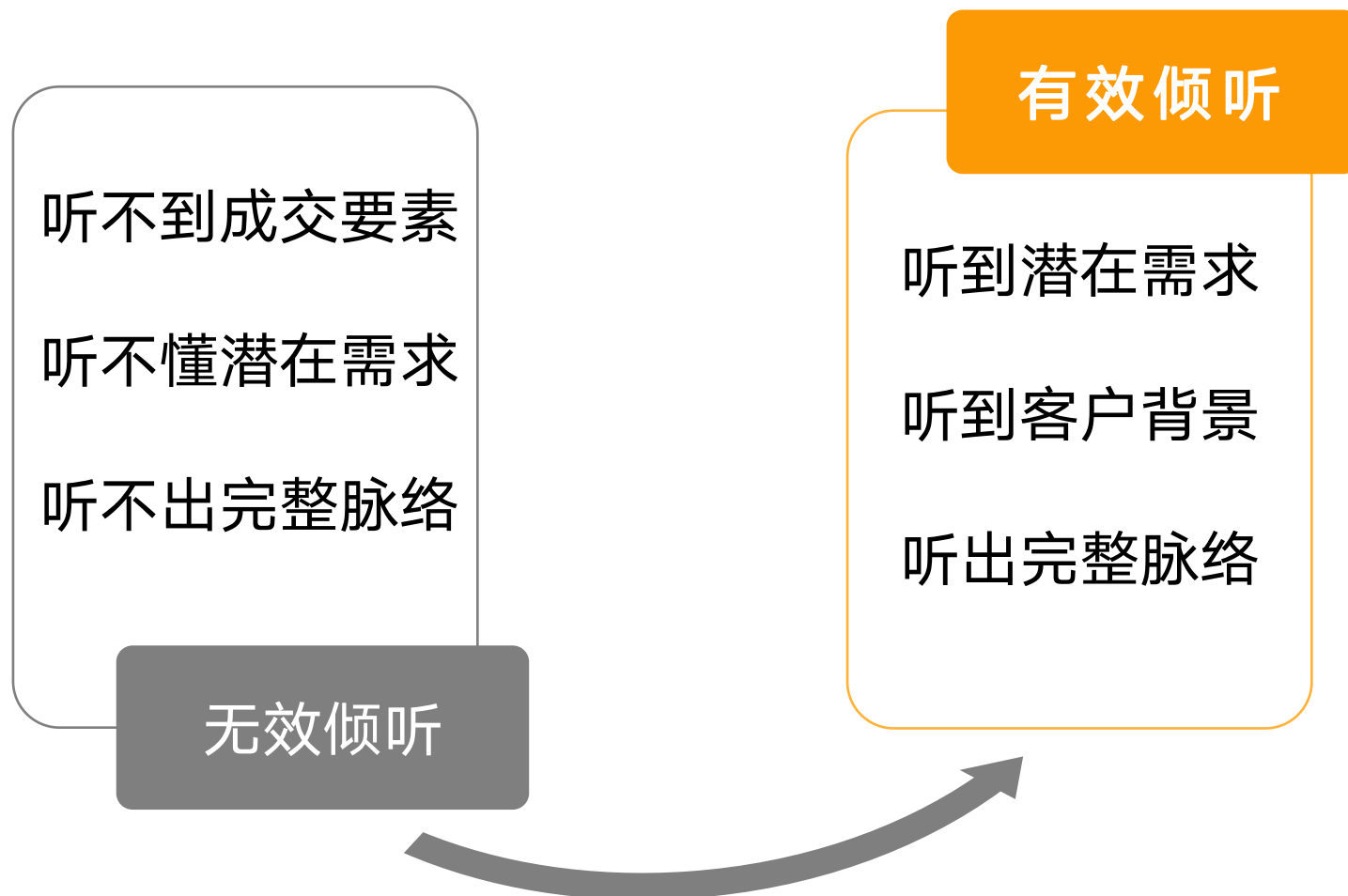
情商（情绪智商）管理的五个层次

### 3、好客情的建立：如何理解销售和客户之间的“场”



**真正的客情**不仅仅建立在经济关系上，更应该建立在社会关系上。

## 4、高效沟通的方式：“聆听”你的客户

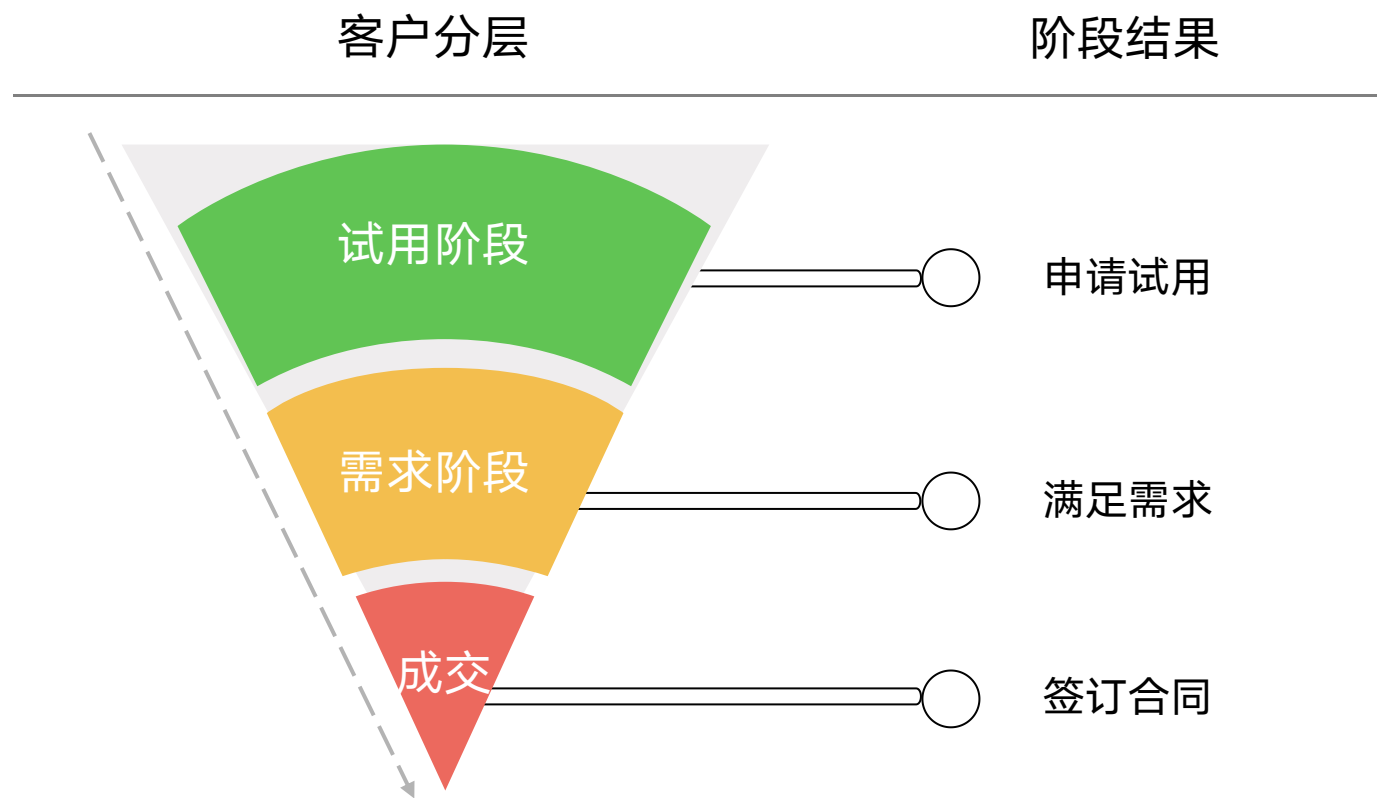


## 5、构建“10秒”沟通框架





## 6、销售心态的建设：“成交”你的结果



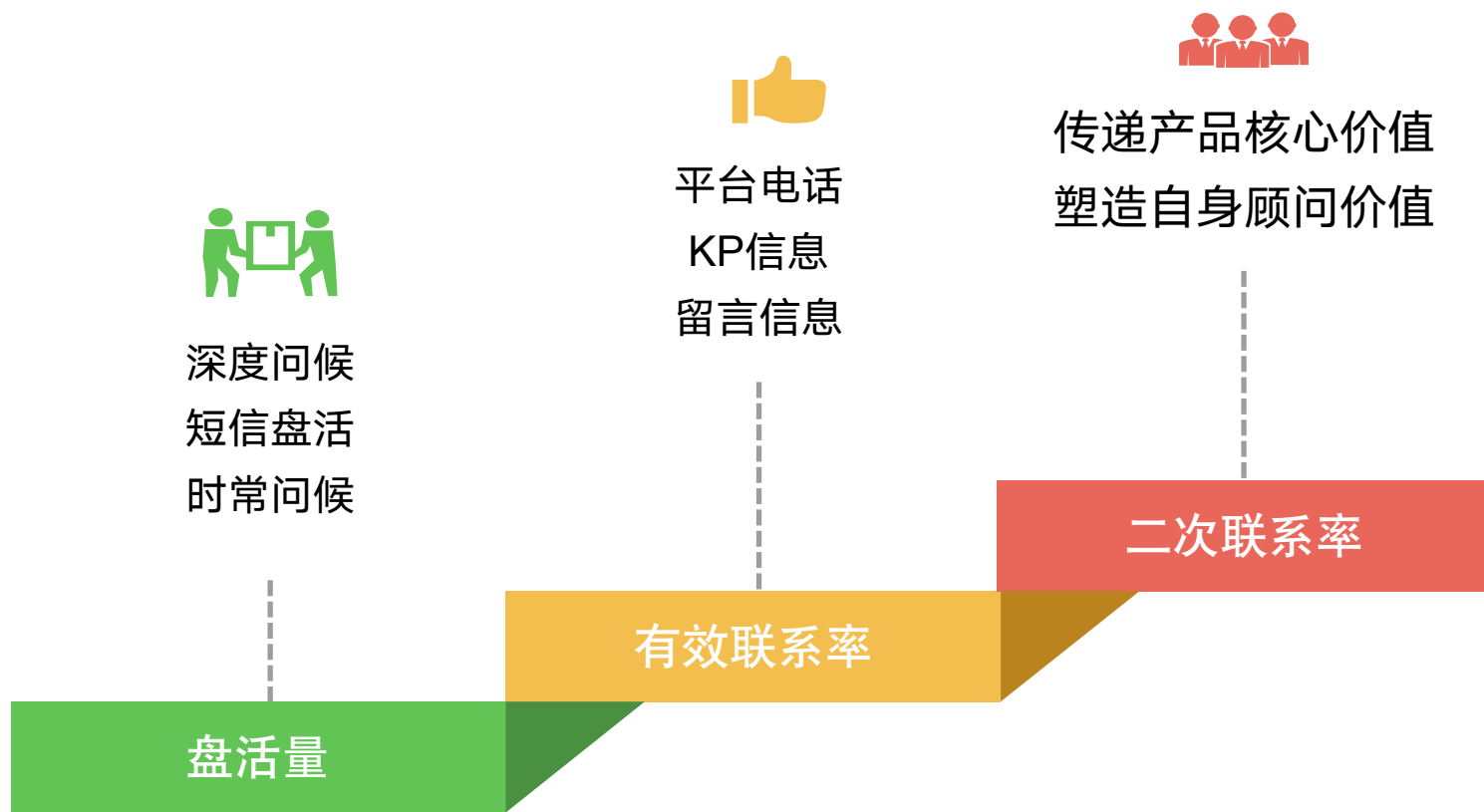
# Part 3

量化驱动的销售辅导制度

Sales guidance system



# 转化率2%至7%的**增长秘籍**



# Part 4

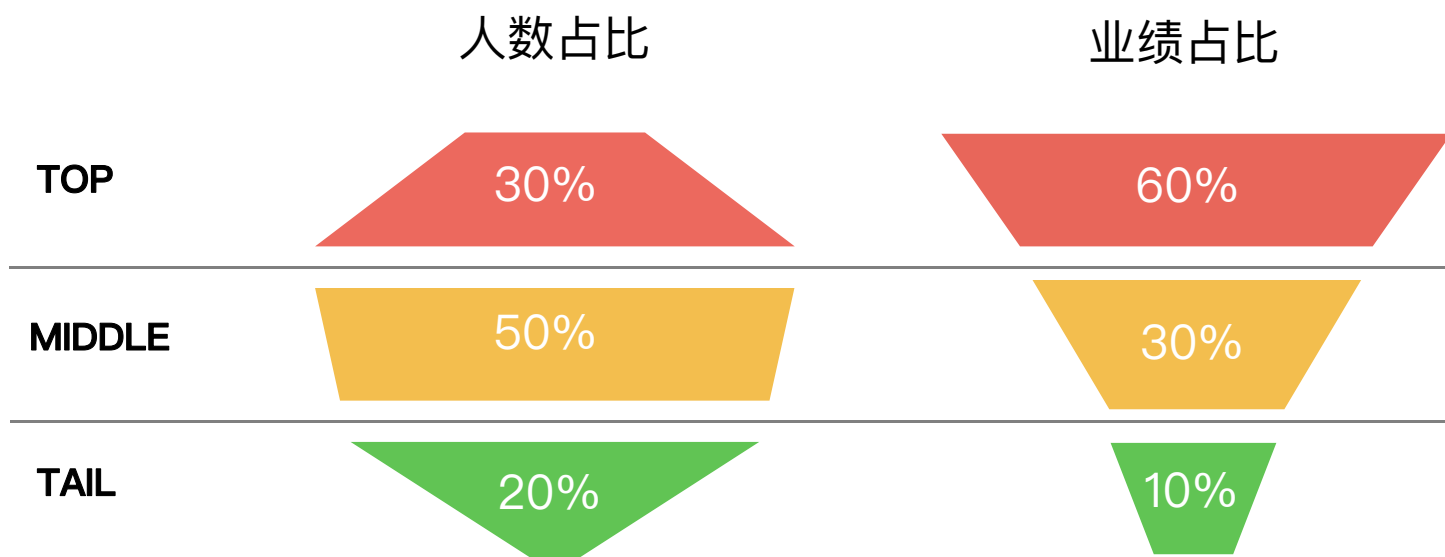
## 销售组织的数字化解读

Digital interpretation of the sales organization

# 1、结合司龄、业绩贡献和人员数量

## 形成对团队的整体把控

橄榄形团队的人员业绩占比





## 2、判断团队能否进行规模化扩张的数据依据——人效



导致团队滞涨

利润缩减 成本增高

销售团队不稳定



进行团队扩充

提升销售效率

追求企业增长



### 3、判断团队是否稳定的数据依据——司龄

<1年

**离职率过高**

团队不稳定？

>3年

**流动性偏低**

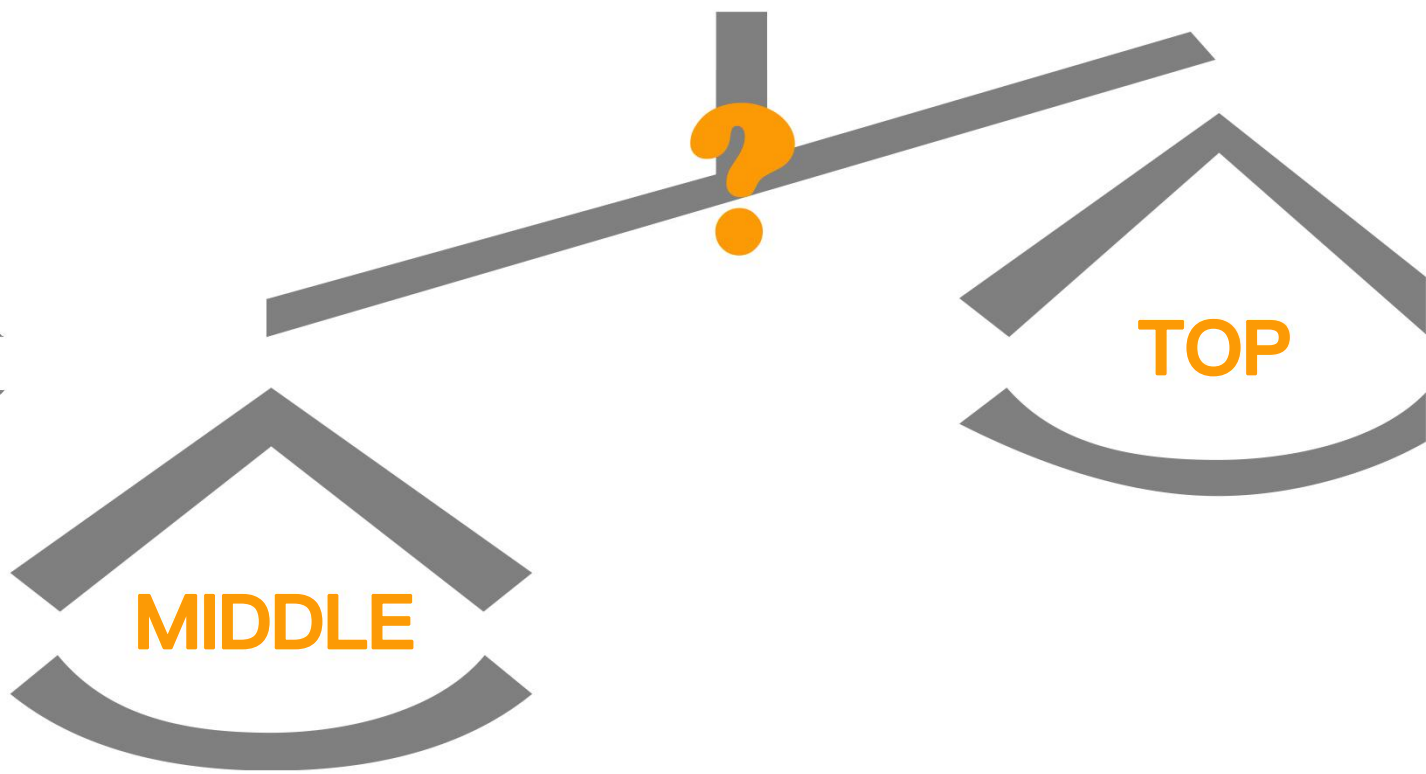
没有完善的淘汰机制？



4、通过完善**招聘画像、培训体系及量化驱动的销售辅导制度**，有效缩短销售的成熟期。



## 5、激励绩效体系的设计依据——贡献率





**欢迎钉钉扫码  
进直播交流群**