长松业务系统使用手册

.8

目　　录

一、业务系统由来 .....

二、项目内容说明及实操工具.....

三、项目价值.....

四、项目特色.....

五、项目步骤及服务 .....

六、用户成长小说 .....

七、团体介绍.....

八、常见问题.....

一、业务系统由来

业务系统来龙去脉

小平同志说：发展才是硬道理。而对于中国发展中民营企业来说，这句话意义深远。

伴伴随中国经济高速发展，我们民营企业蘑菇般疯狂生长。而成长烦恼也开始伴伴随我们滋长，和跨国企业，大型国企相比，我们没有资源，没有地位，品牌还是奢望，老板是最大员工，吃喝宴请搞关系是关键营销手段，一支杂牌游击队还常常人员不齐，能耐不济。销售业绩增加变慢，管理瓶颈开始出现，企业强势发展不能变成品牌影响力有效积累，靠企业家个人魅力和拼搏精神已经极难维持企业连续发展，商海如逆水行舟，不进则退，安全不是原地踏步，而是永远快人一步，中国民营企业，到了必需要再做选择关头。

孙子曰：是故胜兵先胜，以后求战，败兵先战，以后求胜。

蘑菇型企业，更多地得益和环境和机会，而我们抓住了机会，而当我们把机会变成了产业，已经有些人开始虎视眈眈注视我们，正规王牌部队开始进军游击队盘踞山头，战况可想而知。我们先和人打作一团，然后再寻求打赢做法，必需改变。上兵伐谋，必需有先胜之策，战乃求胜之手段，而非目标。要完成这么重大战略转变，必需打造自己系统，用系统替换猛冲猛打个人英雄主义，才是今天胜兵先胜之法。

1、业务系统处理企业生命源问题

长松业务系统就是帮助企业建立打赢系统，发明销售额和利润系统，是赢得和保留用户系统，是盈利系统，是营销系统。除了营销，一切皆为成本，业务系统是企业源头之水，没有优异业务系统，业务能力，一切免谈。企业经营问题本质上讲，是业务发展问题。

一个再优异产品，假如你不能把它卖好，不能让用户喜爱它接收它，你就不能有效建立你江湖地位，很快，青春少女就会变成昨日黄花，深闺怨妇。卖好你产品，是全部企业必需要做好事情。你必需迈过这道鸿沟——企业业务系统建设。

2、业务系统用实际方法和技术处理企业业务发展问题

为何产品质量比你差却卖得比你好？功效比你少却卖比你贵？东西差不多，利润比你高？为何我们总想把产品做得完美，但用户却并不领情？为何我们不能打造一支能征善战业务团体？为何优异业务人员不能大量复制？为何我们很努力，用户却不满意？为何我们对全部用户掏心掏肝，用户却不忠诚？为何辛辛劳

苦十几年，一夜回到解放前，一点风险就阴沟里翻船。

长松业务系统，提供一整套完整，实操，落地工具和方法，处理企业营销战略计划，销售平台激活，销售进程管理，用户服务管理，用户关系管理和销售风险防范六大关键领域，帮助企业形成个性化方案和手册，并给和实施落地推进工具和方法。业务系统，剔除一切虚无缥缈，将全部理念转变成具体工具和方法，给你一切全部是要企业去做，而且要做到。

3、解放老板要先把老板从业务前线解放出来

老板冲在业务一线，这是很多企业不可承受之痛，极大限制了企业发展和进步。打造一支优异业务团体，是将老板解放出来先决条件。一个业务稳定，连续发展企业，老板才有真正机会关注企业发展战略大计。建业务系统就像打一口井，修一条高速公路，是开源，是基础设施，有了它，企业发展愿景就有了坚实基石。老板才能够于从容间指点江山，计划蓝图。所以，解放老板第一步，是先把老板以前线拉回指挥所。

4、业务系统是企业永续经营和连续盈利关键

业务系统不是即兴创作，业务系统不是兵来将挡，水来土掩危机处理技巧，而是造势，造场，胜兵先胜和上兵伐谋战略思维，企业家必需站在战略高度来重新审阅自己业务系统，没有战略家视野，就免不了会在坑道中爬行。业务系统从根本上处理了企业营销战略，发明企业清楚定位，打造对目标用户有效吸引力，赢得卓越企业标签社会印象；处理谁来卖问题，激活高效销售平台；处理怎样卖问题，制订出企业自己销售手册，大量复制销售精英；处理用户满意问题，打造出由内而外用户导向服务管理体系；处理连续卖问题，经过有效用户分级管理，主动实现二次营销，建立有效用户关系管理体系；处理安全卖问题，建设销售风险防范制度和处理预案，对关键风险进行量化评定，降低风险提升收益。经过业务系统实质性建立和完善，实现企业永续经营和连续盈利。

二、项目内容说明

长松业务系统班关键包含营销战略计划、销售平台激活、销售进程管控、用户服务管理、用户关系管理、销售风险管控六大模块，具体内容以下：

1、营销战略计划

营销战略计划 （长松见解）	具体内容	实操工具（ 14 个）	方案
制订企业营销战略计划，宏观上统筹全局，微观上细节落实，做到“谋定以后动”,方能无往而不利。	1. 市场机会分析，即印章模型分析。包含对环境要素、竞争对手、用户、企业本身分析。 2. 市场机会确定，即 STP 市场营销路线。包含市场细分、目标市场选择和市场定位。 3. 企业营销战略计划设计。包含营销战略目标制订和营销组合屋制作和推广。	1、头脑风暴 2、优选矩阵 3、环境分析表 4、竞争对手分析表 5、用户需求分析表 6 、企业本身分析表 7、SWOT 分析 8、市场细分 9、细分市场评定表 10、目标市场选择 11、定位九大方法 12、波士顿矩阵 13、渠道评定表 14、营销组合屋	形成企业本身独特营销战略方案 营销战略方案包含以下： 1.企业目标市场 2.定位 3.我企业 3——5 年营销战略 完成战略实施方案

2、销售平台激活

销售平台激活 （长松见解）	具体内容	实操工具（13 个）	方案
卓越销售业绩一定是由卓越销售平台推进，激活销售平台是达成销售目标坚实保障	1. 销售目标设定和分解 2. 销售组织模式设计和构建 3. 甄选优异销售人员 4. 销售团体训练和激励 5. 经过销售会议迈向辉煌	1. 销售目标历史数据分析法 2. 销售目标市场需要设定法 3. 市场-产品目标计划表 4. 销售组织模式分类 5. 销售组织架构 6. 五大专题测评 7. 优异销售人员动力分析 8. 角色饰演演练 9. 销售心态训练 10. 面对面顾问式销售训练 11. 优势谈判训练 12. 激励菜单 13. 销售会议管理	形成企业销售平台方案 销售平台方案包含以下： 1. 年度销售目标达成方案 2. 销售组织模式计划方案 3. 优异销售人员甄选方案 4. 销售团体年度训练计划方案 5. 销售团体激励方案 6. 销售会议方案

3、 销售进程管控

销售进程管控 (长松见解)	具体内容	实操工具（8 个）	方案
标准化系统化销售步骤——团体走向卓越有力武器	1. 企业用户特征 2. 用户购置心理循环分解 3. 企业产品 FABE 4. SPIN 销售系统 5. 用户抗拒处理	1. 用户特征分析表 2. 搜集用户方法 3. 开放式和封闭式话术设计 4. 产品展示 FABE 5. SPIN 问题设计 6. 确定需求销售话术设计 7. 建立反对意见话术 8. 成交话术设计	形成企业个性化销售作战指导业务手册 业务手册包含以下： 1. 销售准备锦集 2. 探察用户需求话术锦集 3. 建立专业 SPIN 销售体系 4. FABE 展示方案 5. 建立企业实用性抗拒解除话术集 6. 建立成交关键时刻及成交话术

4、用户服务管理

用户服务管理 （长松见解）	具体内容	实操工具（ 7个）	方案
发明卓越用户体验，其关键关键在于内部用户体验建立，这一动作是用户满意度确保	1. 用户导向服务理念——服务利润链 2. 用户满意模型和关键时刻 3. 内外部服务步骤和标准体系 4. 服务连续改善计划	1. 用户导向障碍测试 2. 用户导向管理者测评 3. 步骤图——内部服务步骤 4. 步骤图——外部服务步骤 5. 交流反馈 6. 投诉处理 7. 标杆管理	建立企业用户服务手册。 用户服务手册包含以下： 1. 内部服务步骤和服务标准方案 2. 外部服务步骤和服务标准方案 3. 用户回访方案 4. 用户投诉处理多种预案 5. 标杆原因提炼方案

5、用户关系管理

用户关系管理 （长松见解）	具体内容	实操工具（ 7 个）	方案
把企业最优质资源配置给最有价值用户，实现用户终生价值，从面带来企业长久发展	1. 用户信息管理 2. 用户分级 3. 用户分级应用管理 4. 怎样进行用户二次营销 5. 用户关系进阶管理	1. 用户档案管理体系 2. 关键用户分级 3. VIP 用户分级 4. 聚焦关键用户方法 5. 奖励最好用户方法 6. 用户反复购置、相关购置、推荐购置方法 7. 用户进阶方法	形成企业用户关系管理方案 用户关系管理方案以下： 1. 用户档案方案 2. 用户分级方案 3. 用户进阶方案

6、 销售风险管控：

销售风险管控	具体内容	实操工具	销售风险管控
全部运作良好企业 全部是风险防范做得好企业	1、销售风险防范管理制度 2、协议管理 3、销售人员管理 4、销售风险管理制度使用步骤	17 项制度 5 大管理文件 1 项测评	形成企业销售风险防范制度

三、项目价值

1. 重塑企业社会印象

对企业进行定位，确立营销目标，制订企业战略计划，有步骤实现企业市场战略目标。

2.销售步骤科学化、系统化

经过销售模式分析建立业务步骤手册、培训销售技巧、快速批量转化业务高手、降低销售成本、提升企业销售概率，使企业业绩倍增。

3.全方面发挥用户资源

整合优质用户资源,建立 CRM 系统，避免用户资料因职员离职而流失，让企业掌握并发挥用户资源最大化

4．让企业经过“服务”赚取利润

全方位打造企业服务理念及制订服务标准，打造以用户为导向服务体系；让企业经过服务营销培养呵护忠诚度、增加转介绍率、发明销售机会及二次销售。

5．轻松自在控制企业销售风险

控制协议风险、财务风险，应收账款立即回流，全方面、立即掌控企业销售风险动态。

营销战略计划

营销战略计划黄金问句：

1. 您企业竞争对手在哪里你知道吗？
2. 您知道您企业竞争对手最大优势是什么？
3. 您知道您企业竞争对手最大劣势是什么？
4. 您相比您竞争对手最大优势和劣势在哪里？
5. 您准备采取什么措施和对手展开竞争？
6. 您知道您用户关键需求有哪些？
7. 您企业能为用户提供和用户需求一致吗？
8. 您认为您企业优势是什么？
9. 您认为您企业劣势是什么？
10. 您认为您企业需要提升在哪里？
11. 您企业现在关键在做那多个市场？您对待不一样市场有没有不一样策略？
12. 您进入空白市场前期全部做哪些准备？
13. 您想让您产品留给消费者一个什么样印象？现在您产品留给消费者印象是什么样？二者有什么样差距？经过什么样方法能够缩小这种差距？
14. 你想让你企业在未来发展成为何样子？
15. 您企业未来发展方向是什么？
16. 您企业有五到十年清楚计划吗？

您认为完成这些计划全部需要含有什么样条件？现在企业全部含有哪些条件？您认为还有哪些条件不够成熟？这些不成熟条件在实现目标过程中全部对企业有什么影响？假如这些问题连续得不四处理，您认为会有什么样后果呢？

17. 这些问题会自动消失吗？

模块关键价值（能帮企业处理问题）

1. 找到企业目标市场，发掘企业关键利润源
2. 建立企业标签，重塑企业印象
3. 制订企业营销战略计划，实现企业利润快速提升

销售平台激活

企业所对应痛苦点/黄金问句

1. 合理销售目标是企业各方面资源最大表现，怎样去设定一个合理销售目标呢？

2. 怎样经过合理方法把企业销售目标分解到每一个销售人员手中，并帮助她们实现目标，化企业目标为人人目标，人人目标实现企业目标实现

3. 在实现目标过程中怎样增加用户单次购置量，怎样增加用户数量，怎样增加用户反复购置次数？

4. 企业制订销售目标和企业整个资源不匹配

5. 不一样区域不一样营销人员应该完成多少销售目标用什么样方法来确定

6. 销售人员个人销售目标是和企业目标相吻合吗？

7. 您是怎样给销售人员设定一个合理而又含有挑战性目标？

8. 在实现目标过程中有没有碰到产品不支持、销售人手不够、销售区域不够等问题？

9. 什么样组织模式是最适合企业发展规模

10. 企业现有规模适合多大组织模式

11. 您对优异销售人员动力起源清楚吗？

12. 招来销售人员看上去很好，讲也很好，就是不出业绩

13. 领导逼紧了有业绩，领导不逼就不干了

14. 您知道销售人员最需要培训是什么吗？

15. 培训搞了无数次但效果却通常是什么原因呢？

16. 怎样依据不一样等级销售人员对她们进行针对性激励？

17. 您是怎样激励销售团体？

18. 你对销售人员内心需求了解吗？

19. 销售团体疲软你通常采取什么措施来处理呢？

20. 针对优异销售精英你是不是感觉什么样奖励措施全部用完了，下一步不知道怎么办?

21. 您认为对优异销售人员除了物质上奖励外您认为还有其它更有效方法吗？您企业正在采取是那些方法?

22. 伴随企业越办越大，职员激情和活力却在逐步消退，怎样才能激励她们回到创业时状态?

模块关键价值（能帮企业处理问题）

帮助企业变企业目标为人人目标，最终达成人人目标实现企业目标实现

找到适合自己销售组织模式，找到 20%关键销售人才，关注企业生命线---职员激励，有效透过会议管理实现销售平台巨大效应。

销售进程管控

针对销售进程黄金问句

1. 你销售人员在销售前是怎样做准备？
2. 有些用户很有潜力，企业却一直拿不到大订单
3. 你职员知道您用户在那里吗？你职员是怎样找到她们？
4. 她们是怎样跟用户沟通，沟通效果怎样？
5. 她们通常全部会碰到哪些抗拒？怎样处理？结果怎样？
6. 您企业有专门销售步骤吗?销售人员是否全部清楚？利用结果怎样？
7. 你销售人员是怎样正确发觉及判定出用户需求？
8. 你是否发觉销售人员能力成长缓慢？
9. 是否优异职员留不住，留住没有业绩等等问题？
10. 销售团体是否出现个人英雄主义？且感觉良好？
11. 你销售团体是否出现过人在业绩在，人走业绩无现象？
12. 我们销售人员在用户面前是怎样展示产品、用户了解吗？
13. 我们职员天天很勤奋、很辛劳为何没有业绩或业绩平平？
14. 针对大用户营销我们是怎样沟通，采取方法是什么？
15. 我们销售人员是怎样做产品展示？
16. 我们销售人员是否掌握好有效成交方法及技巧？

模块关键价值（能帮企业处理问题）

分解销售动作，批量制造销售精英，形成企业个性化业务手册，达成企业业绩整体翻倍。

用户服务管理

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：

https://d.book118.com/825330110323011342