



医疗行业成功案例分享 将道，从孤胆英雄到王者之师

行业背景

医疗作为民生重点，一方面行业蓬勃发展，各种医疗企业和产品服务层出不穷，市场充满竞争与机遇；另一方面，政策限制与调整日益增加，各方管理越来越严苛，销售突破与团队转型之路在何方？

问题与挑战

- 向上辐射力弱：销售人员习惯主攻各科室主任、医生等，缺乏对医院高层的辐射力。高管难见到，见到难对话，对话没反馈，反馈听不懂。
- 缺乏业务深度：卖药，卖耗材，业务就靠开单流水，受制于政策控制和调整只能靠“求”。从高层领导到一线医护，从管理团队到学术领袖，如何全面打通合作，如何建立真正信赖关系？
- 销售手段匮乏：跑科室，混脸熟，找枪手，给承诺，当这些手段不再那么奏效甚至不再适用，到底还有哪些资源？靠什么才能打动并且持续打动客户？

解决方案

- ① 让一线业务人员会做**

梳理销售目标和销售流程，复制销售精英的DNA

 - 找到初入客户的突破口和真正决策人
 - 从高层到基层，客户到底想要什么
 - 建立审视销售流程的全局观
- ② 让中层管理人员会教**

辅导团队成员打单，提高团队赢单率

 - 指导：销售对客户的判断准不准？采取的策略对不对？
 - 应对：有哪些常见状况？该如何应对？
 - 管理：项目的控单力如何判断？有效推进的方向是什么？
- ③ 让高层管理人员会判断**

了解多项目管理方式，把握控单状况

 - 团队建立统一战斗语言，运用统一战斗工具，上下一致，助力绩效提升

项目目标

- 面向高管的销售，提高赢率；理解高层的痛与梦，洞察高管心态，像高管一样思考，阐述高管真正关注的价值诉求！
- 打破业务局限：挖掘客户各个层面人员的需求，谋篇布局，盘活资源，掌握主动权，实现转型！
- 提升销售团队整体效率：千军易得一将难求，明确销售团队管理者的四重角色与职责，辅以科学管理工具！

未展开内容

客户采购行为分析

- 大客户采购的三个关键因素
- 客户决策结构分析
- 销售的进入路径

大客户销售流程

- 销售流程与采购流程
- 大客户销售的商机评估、需求挖掘、方案呈现、解决疑虑、方案实施

01

以大客户销售谋攻之道方法论为主线，辅以精选的多个品牌销售战例拆解，对大单销售中的“人”，“事”，“流程”三大关键点进行知识传递。

02

以大客户销售谋攻之道方法论为主线，带领学员在4大关键点绘制分析框架表：“开局定位”、“五维分析”，“BVF”，“标准建立”。

03

参训人员组成战队，以全景模拟方式，**模拟攻单全过程**。拆解销售过程中的关键动作，通过打分与点评，检验销售人员对大单销售的“人”，“事”，“流程”把握能力。