

销售成交技巧

快速掌握线索开发 从此业绩不愁！



话题焦点

- 丨 线索量不够，质不优，不知道优质客户在哪里？
- 丨 线索开发效率低，行业覆盖薄，客户总被竞对抢先一步？
- 丨 重点客户找不到关键联系人，造成项目迟迟无法推进？

赵守政

销售易通用企业事业部
销售负责人



谷晓娜

销售易通用企业事业部
高级客户经理

讲师介绍



赵守政

销售易通用企业事业部销售负责人

服务Microsoft 3年，服务销售易 8年

熟悉企业营销销售服务和BI商业智能等业务场景，对企业数字化转型有丰富的理解和实战经验。



谷晓娜

销售易通用企业事业部高级客户经理

拥有10年销售经验，销售易Top Sales，X-Club精英俱乐部成员

有丰富的客户开发和项目服务经验。

线索开发，商机挖掘
挖掘机技术哪家强？
销售易为您帮帮忙！

线索开发上大家是否面临这样的问题

■ 线索量不够，质不优，不知道优质客户在哪里？

- 线索数量少；
- 线索质量差；
- 线索跟进时间不够

■ 重点客户找不到关键联系人，项目迟迟无法突破

- 找不到关键干系人
- 项目推进难
- ...

■ 线索开发效率低，行业覆盖薄，好客户总被竞争对手先人一步；

- 线索跟进方法不得当
- 线索转化率低
- ...

学习收益/课程目标

▲ 销售成交技巧——快速掌握线索开发，从此业绩不愁。

step1

了解如何锚定甜点客户
和关键角色

为什么总是找不对人？

step2

学会找到目标客户和
激发客户兴趣

为什么戳不中客户兴趣点？

step3

掌握线索开发的
“三大方法”

三大方法如何运用？





Agenda

1. 为什么要做线索开发?

3. 目标行业和角色的痛点和话术-“说对话”

2. 目标客户和目标角色的画像-“找对人”

4. 线索开发的常见方法 -“用对法”

PART

01 为什么要做线索开发?



Neocrm 销售易

1.1 WHY-为什么要做线索开发?

为什么公司要做线索开发? 为什么部门要做线索开发? 为什么我要做线索开发?

WHY?

三个为什么?

为什么公司要做线索开发?

企业获客成本越来越高, 主动开发降低获客成本, 提升市场影响力, 降本增效。

为什么部门要做线索开发?

告别市场线索依赖, 提升自身造血能力, 转化高质量商机数量, 规模化复制, 业绩持续增长。

为什么我要做线索开发?

转化领先一步, 赢单快人一步, 更好的服务客户, 提升自我价值。

PART

02 目标客户和 目标角色画像



2.1 目标客户和目标角色的画像

目标客户和目标角色的画像

目标行业客户的画像

- 所属行业 — 细分行业（主行业，一级行业，二级行业）
- 区域 — 所在城市
- 企业性质 — 民企，国企，外企和合资等
- 注册资本 — 企业注册资本金额
- 经营情况 — 经营范围，经营类别和年营业额
- 企业规模 — 企业人数，销售人员规模，服务人员规模，代理商规模
- 财务状况 — 上市公司财务三张表-资产负债表、损益表（利润表）、现金流量表
- 行业排名 — 行业市场影响力，市场份额占比
- 融资阶段 — 天使轮，ABCDE轮
- 上市版块 — 主板，科创板，创业板，新三板
- 客户九宫格分层 — PMF衡量方法

目标角色的画像

- CEO
- COO
- Sales VP
- Marketing VP
- CIO/CTO
- CFO



2.2 PMF分析法



生于 MVP
死于 PMF

MVP(Minimal Viable Product), 意思是最小可行性产品。即通过一个最小化、却可以满足核心需求的产品来测试市场的反应。

PMF(Product Market Fit), 产品市场匹配, “在一个好的市场里, 能够用一个产品去满足这个市场”。

如何校验PMF?

To B产品标准

5%付费转化率

LTV/CAC > 3, 即用户生命周期价值/获取成本 > 3

月流失率 < 2%

月销售流水达到10万元

用户获取成本的回本时间 < 12个月

这些数据指标在不同行业、不同业务模式的产品中对应的数值应该是不同的, 核心思想在于需要找到一些关键的数据指标, 然后通过数据指标来判断产品是否达到了PMF的标准。

PART

03

行业和角色 痛点和话术



3.1 家居建材行业的痛点和话术（家居建材行业为例）

家具建材行业的痛点：

- 1、建店周期长，如何快速提升经销商数量，提升店面加盟转换率，从而提高营收；
- 2、如何提升店面客流量，缺少线上引流获客工具帮助门店赚钱；
- 3、进店意向客户的转换率，主要依赖导购个人的销售能力，无法规模化复制和提升客单价；
- 4、企业缺少和终端消费者的连接，无法及时获取用户反馈，无法及时升级产品及服务；
- 5、工程类项目，不能及时了解销售人员跟进的项目数量和进展，无法有效提升客户满意度。

话术：

XX总，您好，我是销售易的客户经理xx，我是通过xx客户介绍联系到您，您方便电话吗？

我们最近在您这个行业服务了XXX，XX，XXX等客户。

我们了解到咱们这个行业存在建店周期长以及店铺加盟转化率低的问题，问题产生的原因是企业对整个加盟跟进过程管理不清晰，协调不及时，以及建店的各个环节没有复制最佳实践。我们成功的帮助XXX等客户解决了这些问题，并带来了30%的加盟转化率，节省了10%的建店时间。

您这边是否有兴趣，咱们见面做一个分享和交流？



3.2 目标角色的痛点

目标角色	痛点
CEO	<ul style="list-style-type: none"> 下滑的利润 下滑的市值 下降的市场份额 不能满足投资者期望 下滑的股东价值
COO	<ul style="list-style-type: none"> 公司的运营目标规划不清晰 公司部门之间的合作制度体系不健全 运营团队的管理水平低 公司运营人效效率低
Sales VP	<ul style="list-style-type: none"> 不能实现销售目标 不能实现增长目标 增加的销售费用 不能准确预测收入 下滑的客户满意度 销售团队的高流失率 下滑的收入

目标角色	痛点
MarketingVP	<ul style="list-style-type: none"> 下滑的市场份额 不良的公司形象 不能吸引新客户/分销渠道 客户的抱怨很多 很难定位新产品和服务 很难快速推出新产品到市场
CIO/CTO	<ul style="list-style-type: none"> 不能满足业务用户需求 不能支持长期战略 跟上快速的技术变革存在困难 缺乏能快速部署, 低成本实施的方案 将新系统与旧系统集成很困难 增加经营成本 不能在公司组织内快速的共享信息 很困难来管理IT的投资回报
CFO	<ul style="list-style-type: none"> 现金流 下滑的ROI投资回报率和ROA资产回报率 投资表现不佳 下降的利润 不能满足利润增长目标 不能满足预算目标

3.3 目标角色-兴趣创造话术

- **创造新的机会**

- 我是销售易公司的XXX。在过去的这 ____ (#) 年我们都在_____ (某行业)工作。我们最近经常从其他人_____(头衔)听到的一个非常关键的问题他们非常困难去处理_____ (该职位的非常可能的关键事项或者痛苦)。我们能够帮助我们的客户解决这些问题。请问您想了解吗?

- **菜单的方式**

- 我是销售易公司的XXX。在过去的这 ____ (#) 年我们都在_____ (某行业)工作.我们最近经常从其他人_____(头衔)听到的最主要的三个关键事项是(1) _____, (2) _____, 和(3) _____ (该职位的最主要三个可能的关键业务问题和困难)。 [我们帮助过这些公司: _____, _____, 和 _____ (3成功客户名字) 来解决这些问题。请问您有兴趣来了解吗?

- **客户推荐的方式**

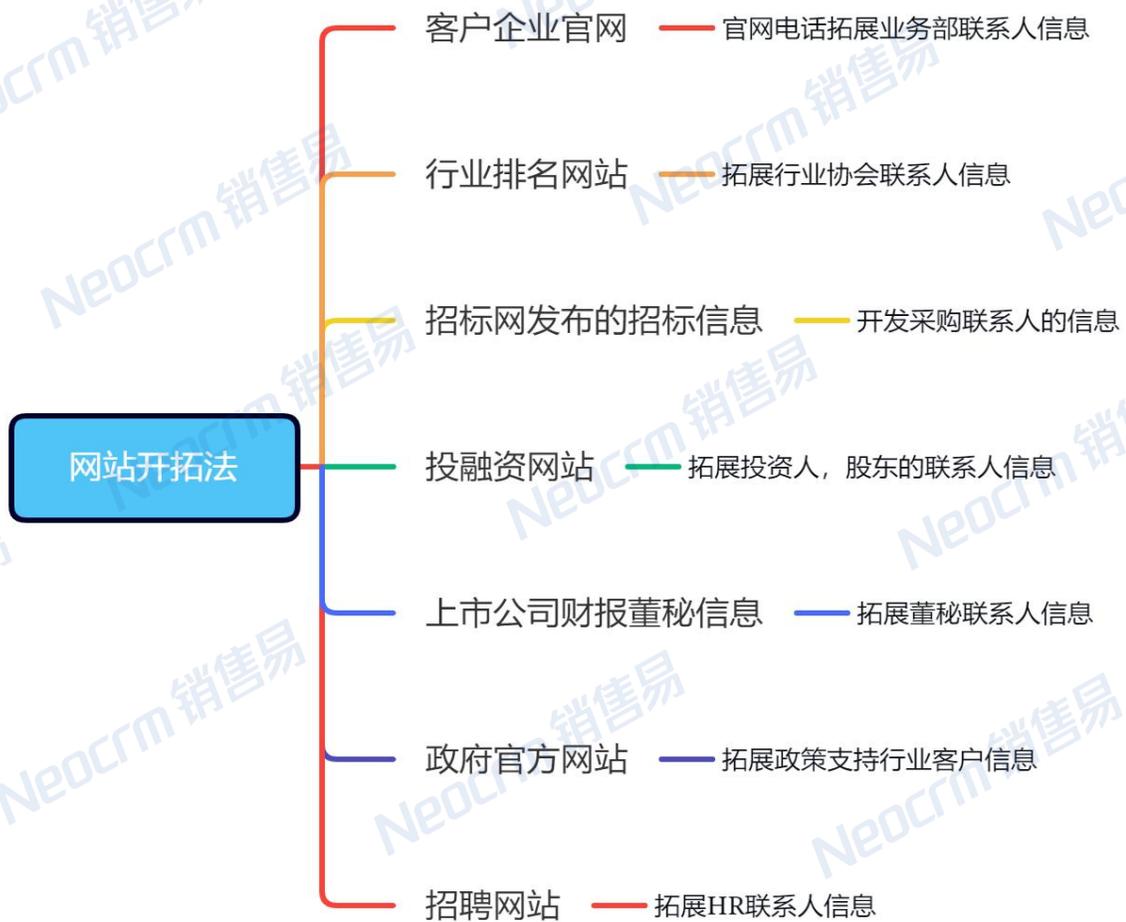
- 我是销售易公司的XXX。 _____ (推荐人的名字, 头衔, 和公司名) 建议我给您打电话。我们能够帮助他解决他在某些方面的问题_____ (推荐人的关键事项和困难)。请问您有兴趣了解吗?

PART

04 线索开发的常用方法



4.1 线索开发的常用方法-网站开拓法



4.2 线索开发的常用方法-社交开拓法



4.3 线索开发的常用方法-工具开拓法

工具开拓法

天眼查，企查查等企业服务工具 — 拓展法人股东等人员信息

CRM历史线索 — 盘活历史联系人线索

EDM — 邮件群发激活沉睡线索

短信群发 — 短信群发激活沉睡线索

找客户的工具和专业的营销公司 — 定向开拓精准联系人信息

精准拓客工具 — 智能获客-“找客户”，SCRM-易客

企业营销软件 — 抖音，快手，腾讯视频号拉新线索



PART

04

“挖宝”
案例分享



线索挖掘案例分享 —— 捷通达汽车

天津捷通达汽车投资集团有限公司是一家以投资汽车4S店为主的集团化企业，主营**汽车销售**、售后服务、汽车配件、**二手车交易**、**平行进口汽车**、**汽车融资租赁**、汽车衍生服务，注册资本1.5亿元。

自2001年首家汽车4s店运营以来，捷通达人迎改革之春风，乘时代之洪流，历经20多年的共同奋斗，捷通达集团位列中国汽车经销商集团**百强之40名**，**天津市百强企业**之56名。截至2021年底，捷通达集团拥有子公司93家，与**25个国内外**知名汽车品牌建立了经销合作业务，经营汽车**4s店70余家**，拥有员工4700余名，服务逾70万车主。

01

锁定目标客户

行业
经营模式
营收
行业排名

02

开拓目标角色

目标角色是谁？
如何拿到联系方式？

03

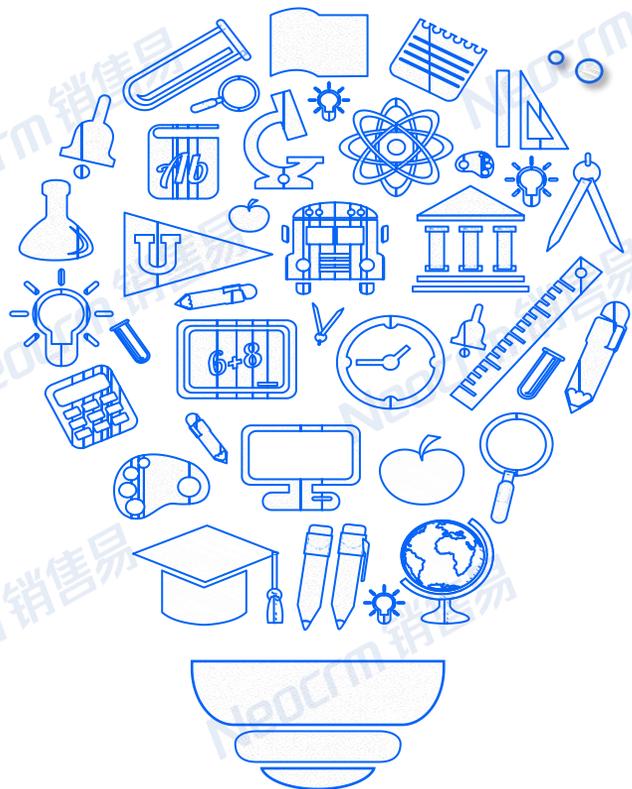
建立联系

初次电话沟通
了解现状
能力展示

04

挖到项目机会

痛点
战略变化
人事变动



课程回顾

- ✓ 为什么要做线索开发
- ✓ 客户画像和角色的锚定
- ✓ 客户的开拓话术
- ✓ 线索开发的工具

Q&A



Neocrm 销售易

精诚所至，金石为开，贵在坚持！
祝大家线索开发顺利，多多签单！



销售成交技巧

快速掌握线索开发 从此业绩不愁！



话题焦点

- 丨 线索量不够，质不优，不知道优质客户在哪里？
- 丨 线索开发效率低，行业覆盖薄，客户总被竞对抢先一步？
- 丨 重点客户找不到关键联系人，造成项目迟迟无法推进？

赵守政

销售易通用企业事业部
销售负责人



谷晓娜

销售易通用企业事业部
高级客户经理