Chris Sample

欢迎

亲爱的 Chris,

这份Lumina Sales肖像报告旨在为你提供你如何处理核心销售流程的反馈，并帮助你认识到自己的优势以及如何进一步发展这些优势。

这六个核心销售阶段与成功的销售和销售关系密切相关。每个人都有自己的方式来处理和掌握这些流程，这份肖像报告将为你提供关于自己风格的另一种视角。

斯图尔特·戴森
Lumina Learning CEO

©2020Lumina Learning Ltd

目录

术语表 05
销售周期里的六个阶段 06
买家周期的六个阶段与销售周期的对应呈现 07
销售周期的六个阶段和24个流程 08
探索你的24个销售特质 09
你的24个销售特质在销售曼荼罗里面的呈现 10
你的24个过度特质在销售曼荼罗中的呈现 11
你的24个销售特质 -- 在销售周期的六个阶段的呈现 12
你的24个过度状态下的销售特质 -- 在销售周期的六个阶段的呈现 13
销售特质 14
过度状态下的销售特质 15
调研和获取市场信息 16
调研和获取市场信息 -- 过度状态下 18
寻找和吸引客户 20
寻找和吸引客户 -- 过度状态下 22
理解需求 24
理解需求 -- 过度状态下 26
推荐解决方案 28
推荐解决方案 -- 过度状态下 30
获得承诺 32
获得承诺 -- 过度状态下 34
支持和开发客户 36
支持客户；发展客户 -- 过度状态下 38

术语表

本节旨在解释Lumina Sales肖像报告中使用的一些术语。虽然我们已经做了大量工作，将信息以易于阅读的方式呈现出来，我们觉得一些支持性的定义可能有助于你更好地理解内容。

六个销售阶段	这六个阶段结合起来形成了Lumina销售周期。每个阶段均由四个步骤组成，这些步骤又建议了在每个销售阶段交付有效结果的方法。
24个销售特质	这些销售特质反映了你天生的销售风格，并建立在你的人格特质上。
优势	在销售周期中对你有帮助的特质
可能存在的劣势	可能阻碍你在销售周期中取得进展的特质，你可以发展这些特质，以便更有效地利用它们。
过度特质	过度发挥而对你的销售周期产生负面影响的特质，你可以调节这些特质以控制其效果。
天生优势	在这个领域内的天生优势
非天生优势	这些领域需要更多努力才能发挥。
过度发挥的倾向性	你在这个领域内过度发挥的倾向性程度
不会倾向于过度发挥	你不太会在这些领域内过度发挥。

如果你对Lumina Sales肖像报告中的解读有疑惑，请联系你的Lumina Learning认证师。

©2020Lumina Learning Ltd

销售周期里的六个阶段

调研和获取市场信息

有效特质	过度特质
创造性思维	不切实际的调研
熟知竞争对手	自以为是的调研
收集数据	分析瘫痪
初期调研	无止尽地调查

寻找和吸引客户

有效特质	过度特质
主动社交	随意社交
推理论辩	咄咄逼人，直白生硬
有条理地寻找潜在客户	流程驱动
与客户建立共鸣	过度付出

理解需求

有效特质	过度特质
激发点子	创造力过剩
理性地思考	迫切
有洞察力地评估	冷淡
反思性理解	消极

推荐解决方案

有效特质	过度特质
充满热情	令人不能承受
有说服力	给人压迫感
详细的提案	沉迷于细节
共同创造	取悦他人

获得承诺

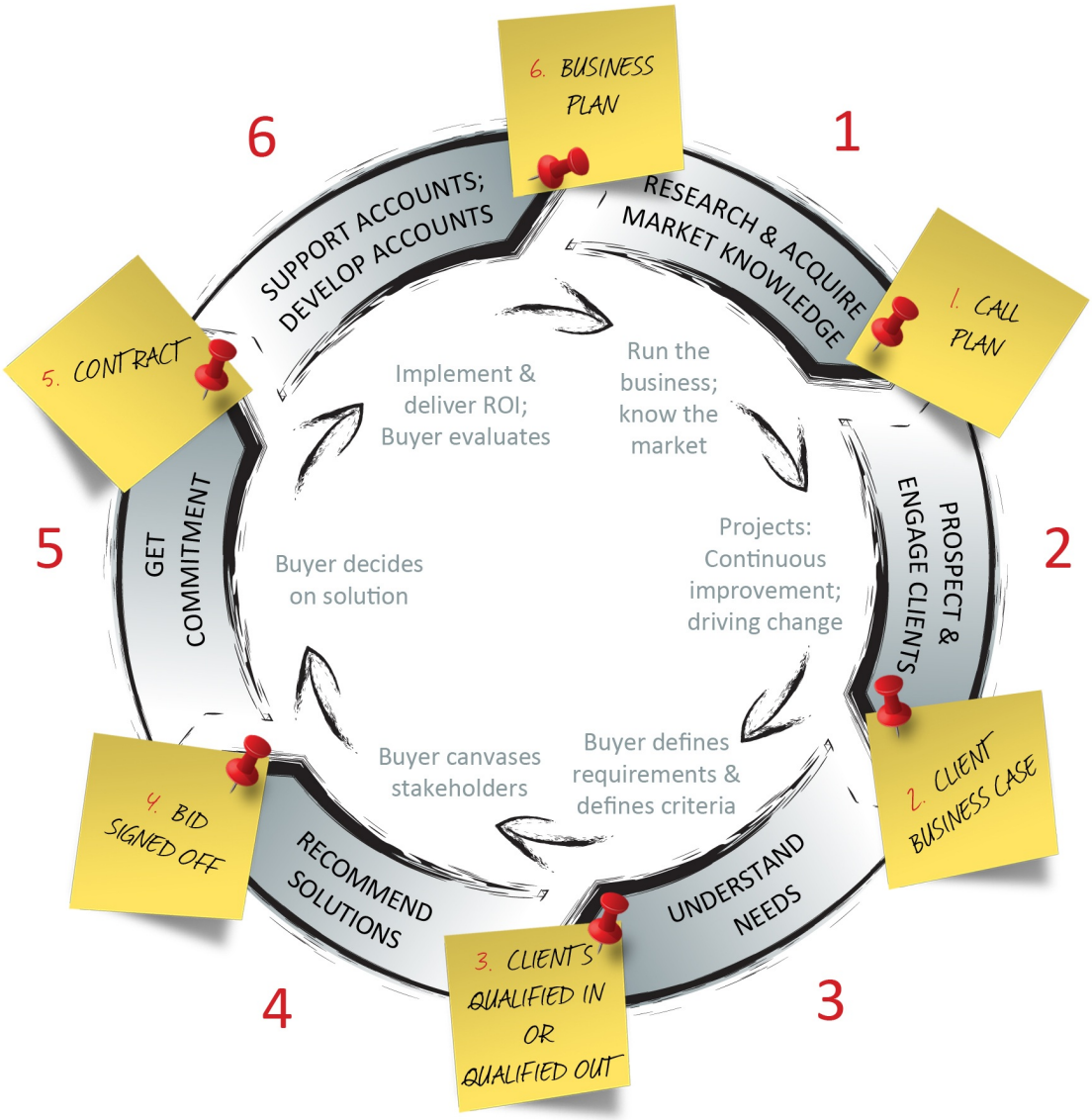
有效特质	过度特质
凭直觉成交	混乱而即兴地成交
果断成交	强行成交
尽职调查	犹豫地成交
合作性成交	让步地成交

支持和开发客户

有效特质	过度特质
促进关系	不稳定的跟进
推动交付	缺乏人情味的跟进
严格执行	程式化跟进
通融的服务	顺从式跟进

©2020Lumina Learning Ltd

买家周期的六个阶段与销售周期的对应呈现



灰色圈 “销售周期”的六个阶段
内部六个环节 相应的“买家周期”的六个阶段
便利贴 六个关键输出 - 对应销售周期的每个阶段

©2020Lumina Learning Ltd

销售周期的六个阶段和24个流程

Research & Acquire Market Knowledge

- Know the Market; Know the Competition
- Identify Key Clients
- Develop Entry Strategy
- Build Call Plan

Prospect & Engage Clients

- Access & Engage Stakeholders
- Create Value Hypotheses
- Purposeful Argumentation to Shape Business Case
- Dialogue with Clients on the Business Case

Understand Needs

- Qualify Client In; Qualify Client Out
- Understand Client Decision Process & Buying Criteria
- Go? No Go? Assess Probablity of Making the Sale
- Internally - Secure Funding to Design a Solution

Recommend Solutions

- Co-Create a Client-Centered Solution - Define Deal
- "Know thy self, Know thy enemy" Dispatch Competitors
- First Presentation of Proposal to Client
- Internally - Secure Funding to Make a Bid

Get Commitment

- Document "Best & Final Offer"
- Final Presentation of Proposal to Client
- Negotiate with Client
- Due Diligence & Signing Client Contract

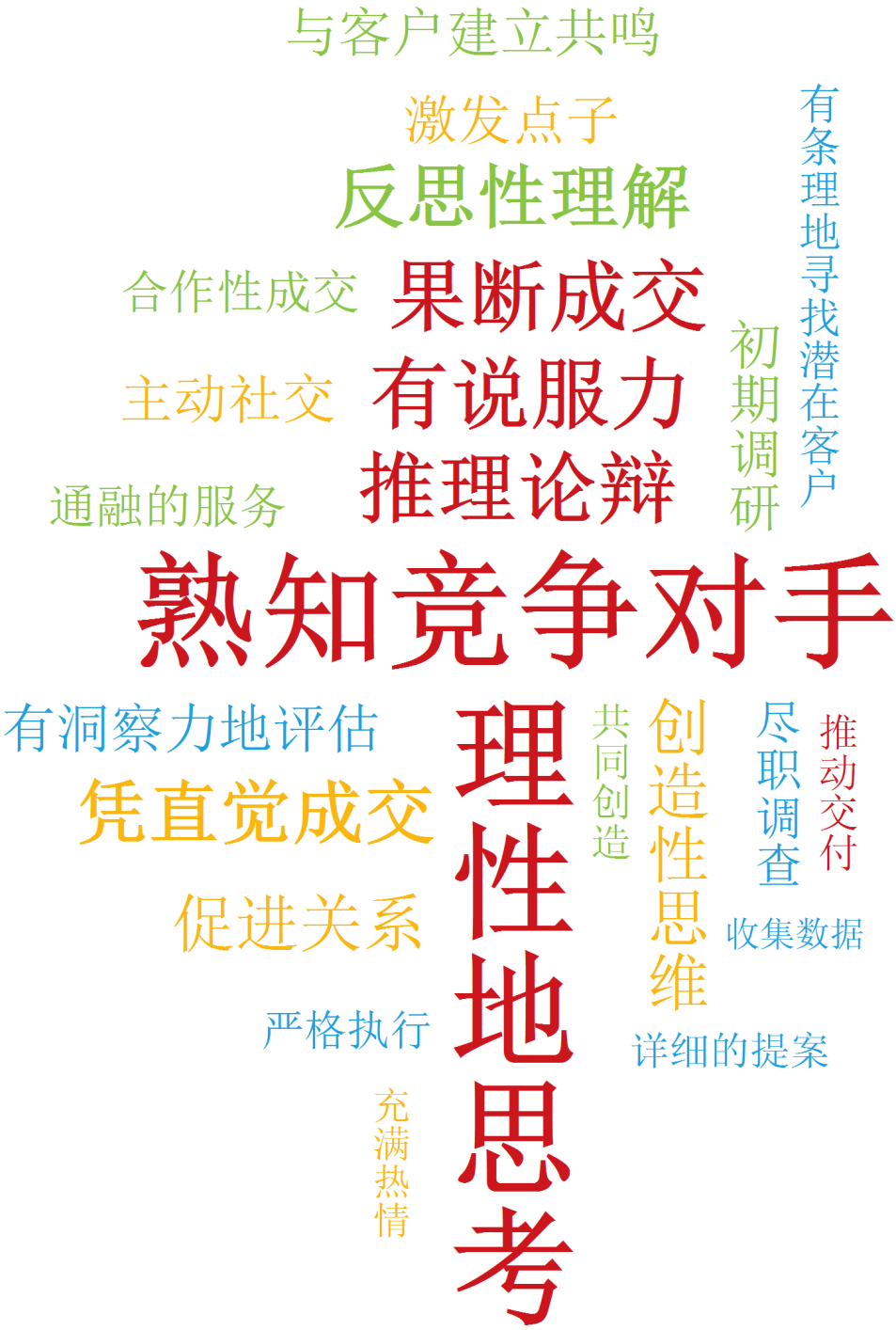
Support Accounts; Develop Accounts

- Shift from Winning Sale to Service Delivery
- New Order Process & Sales Tracking
- Create Account Business Plan & Supporting Processes
- Seek Additional Sales Opportunities

©2020Lumina Learning Ltd

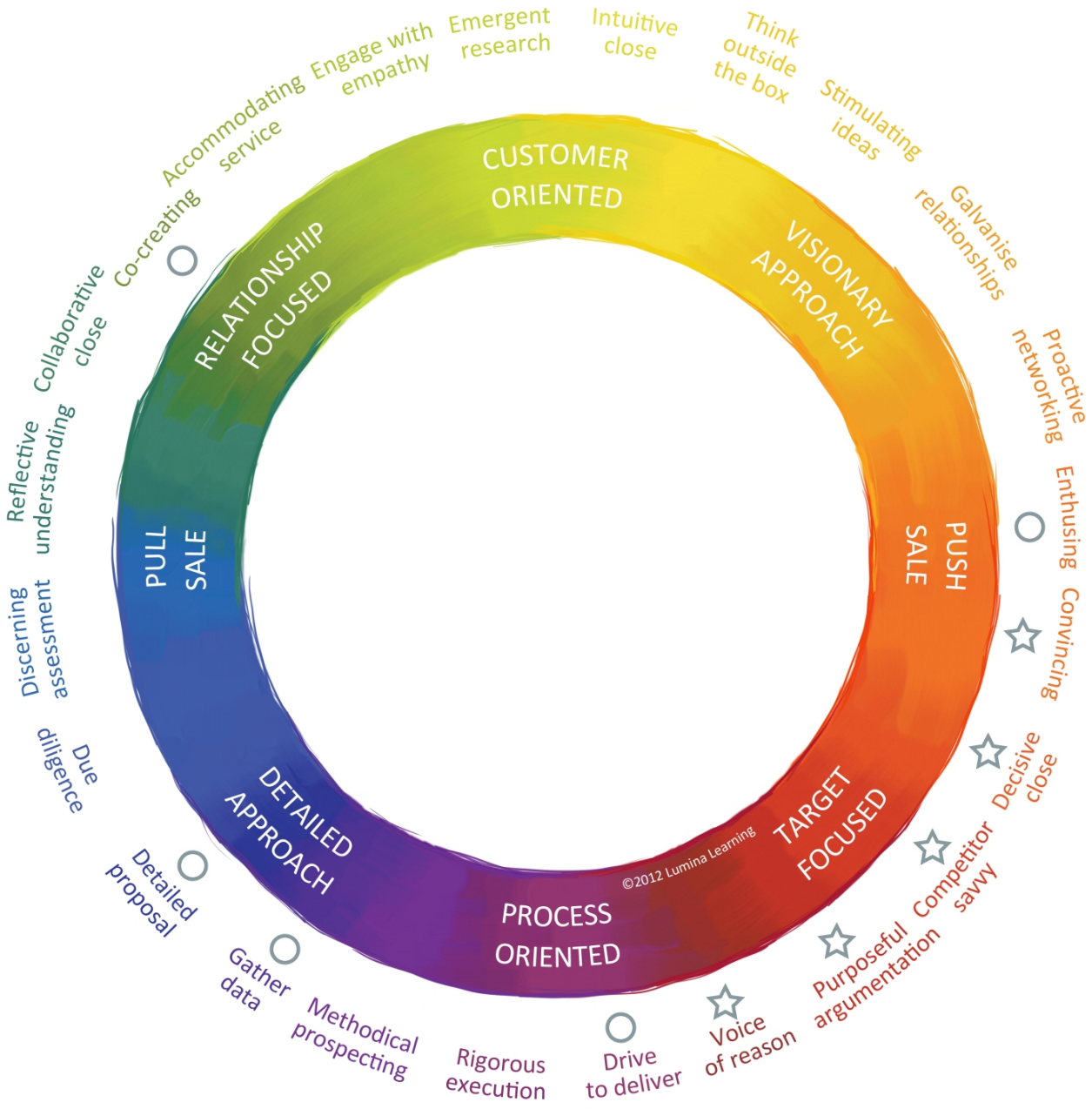
探索你的24个销售特质

下面是你的个性化销售特质云。字体越大，代表你拥有越多相应的销售特质。



©2020Lumina Learning Ltd

你的24个销售特质在销售曼荼罗里面的呈现

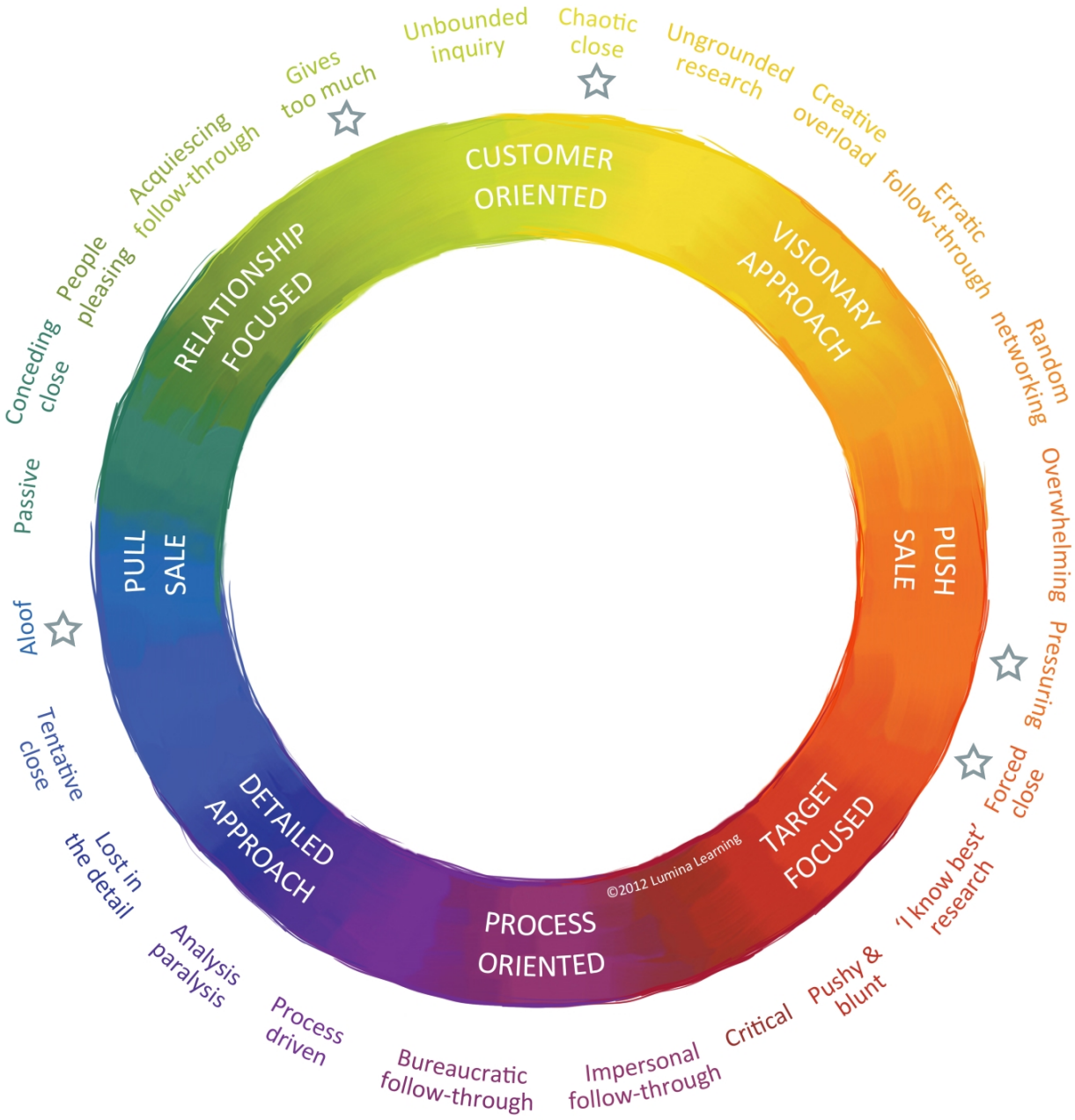


☆ 这些是你有天然优势的排名前五的销售特质。

○ 这些是你倒数的五个销售特质，对你来说不具备天然优势。

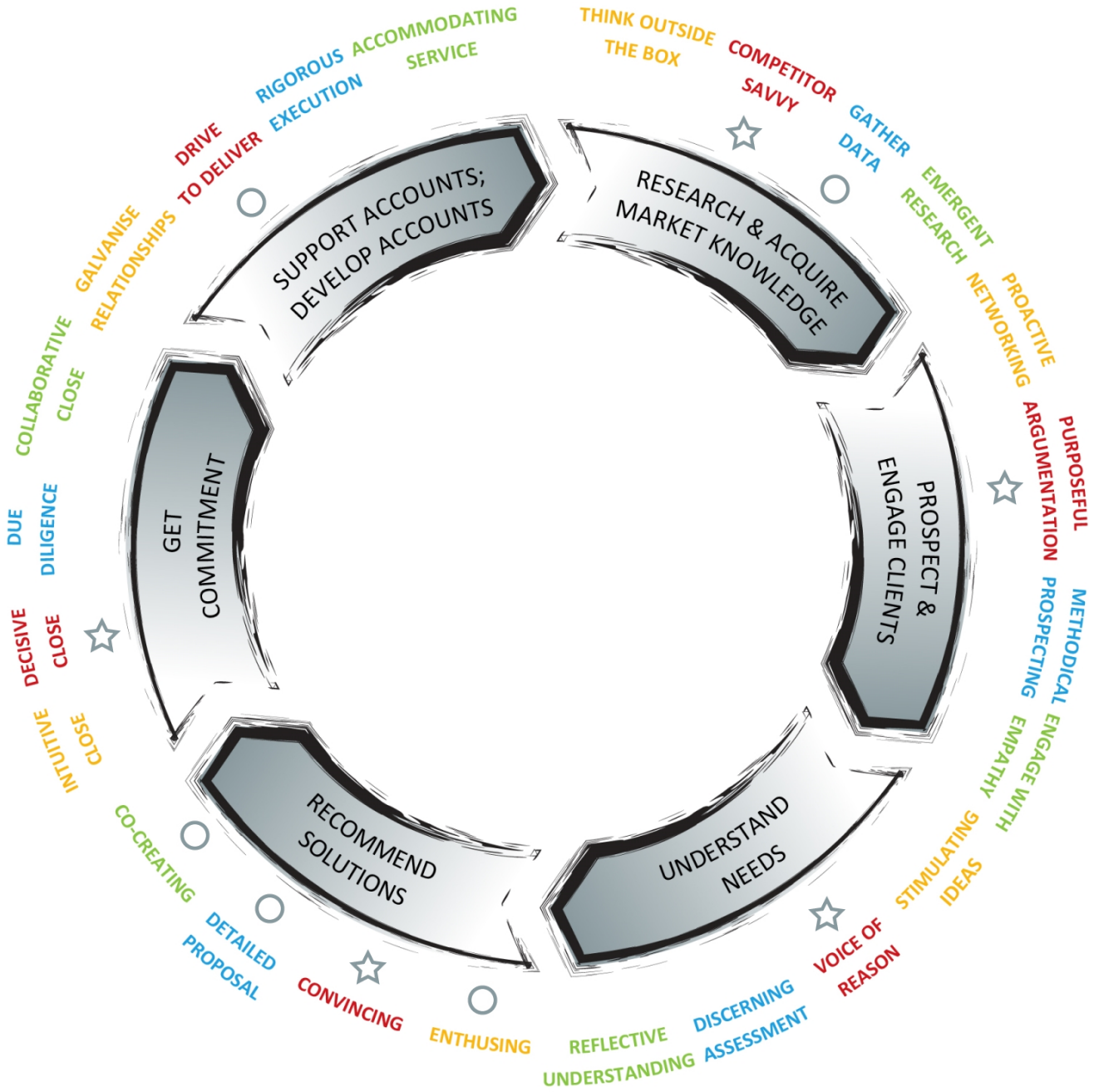
©2020Lumina Learning Ltd

你的24个过度特质在销售曼荼罗中的呈现



这些是你排名前五的过度状态下的销售特质

你的24个销售特质 -- 在销售周期的六个阶段的呈现

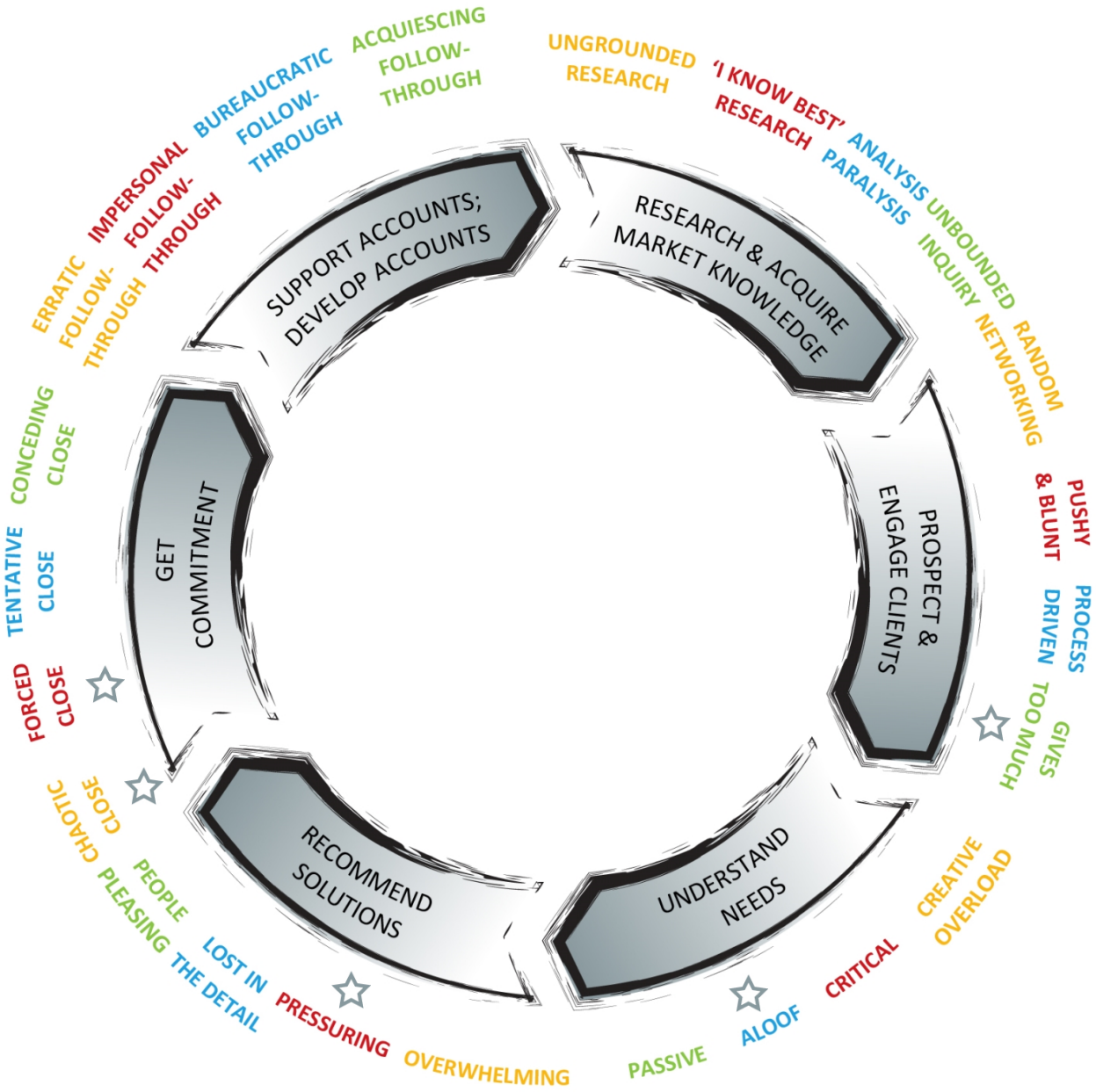


☆ 这些是你有天然优势的排名前五的销售特质。

○ 这些是你倒数的五个销售特质，对你来说不具备天然优势。

©2020Lumina Learning Ltd

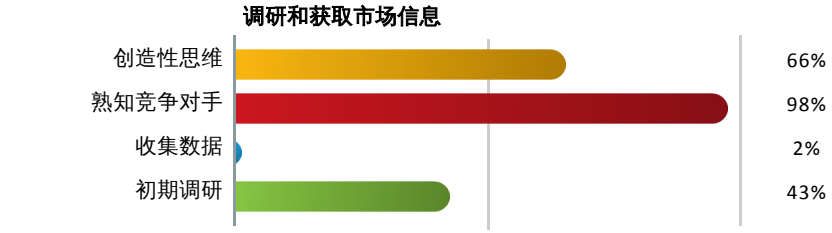
你的24个过度状态下的销售特质 -- 在销售周期的六个阶段的呈现

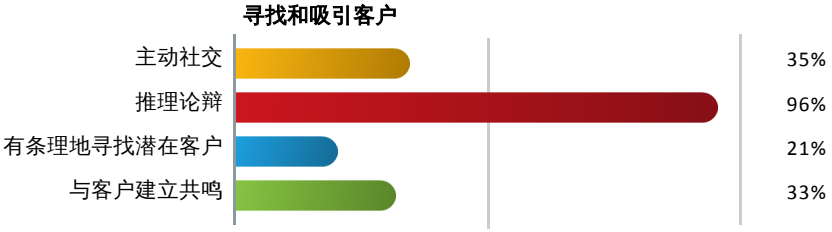


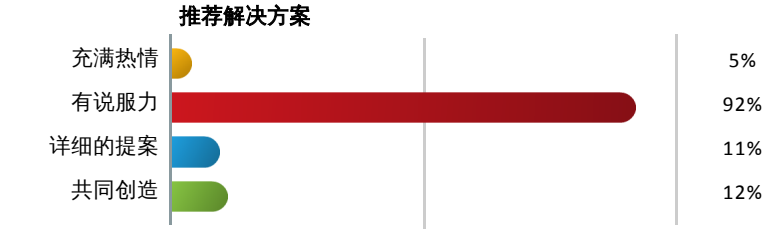
这些是你排名前五的过度状态下的销售特质

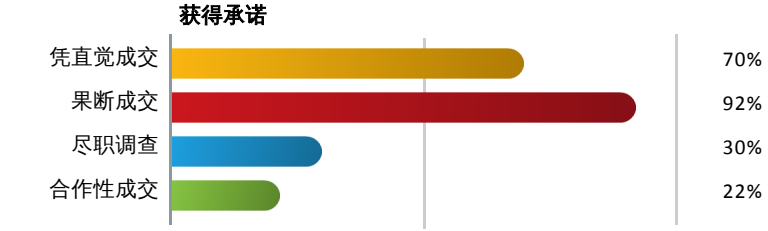
©2020Lumina Learning Ltd

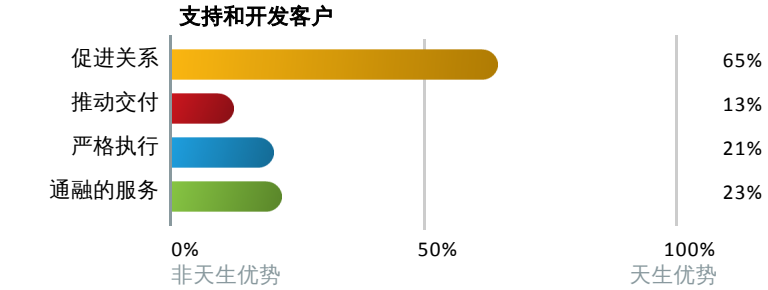
销售特质





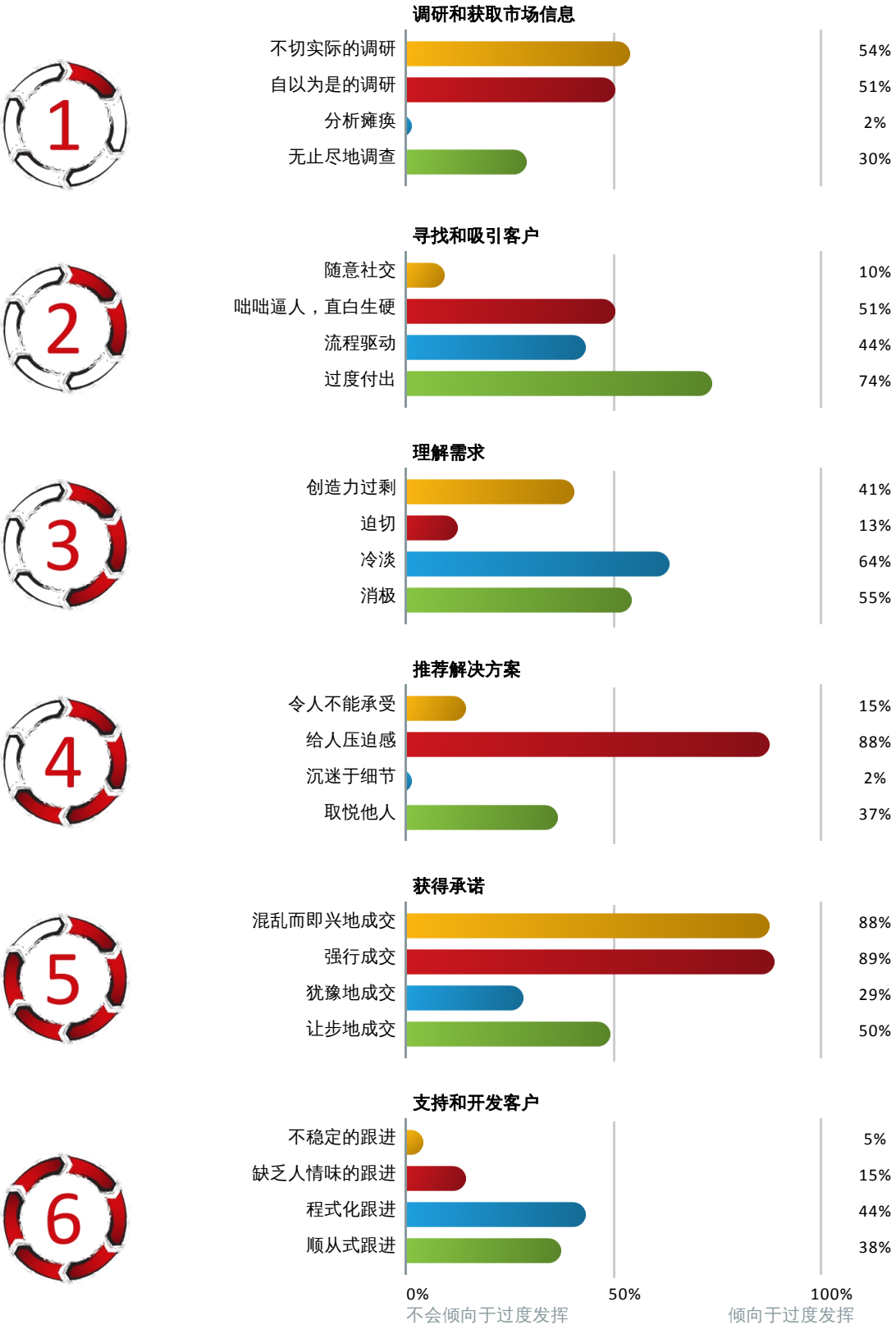






©2020Lumina Learning Ltd

过度状态下的销售特质



©2020Lumina Learning Ltd

销售流程

了解当前的市场趋势是调整你的产品和销售策略以吸引顶级客户的关键。因此，调研和准备至关重要，必须既灵活又严谨，以便对当前的市场力量有广泛的了解。这对于创新是极有价值的，还有利于把你与竞争对手区别开来。

要做到这一点，你需要完成以下四个步骤:

1. 了解市场；了解竞争对手
2. 识别关键客户
3. 制定市场进入策略
4. 建立拜访计划

销售特质

为了更好地开展这个阶段的工作，你还需要展示关键的行为 -- 我们称之为你的“销售特质”。你需要调动自己四个不同的部分来做好这件事:

创造性思维

好的机会并不容易出现，因此可能需要横向思维才能找到它们。为了发展客户关系，你必须围绕你对当前市场力量的理解形成一个创新的战略。

熟知竞争对手

了解市场上的竞争对手很重要。这种洞察力将使你能够确定那些可以利用竞争对手弱点的机会。知道你所面对的是什么总是有用的，这样你才能有效地脱颖而出。

收集数据

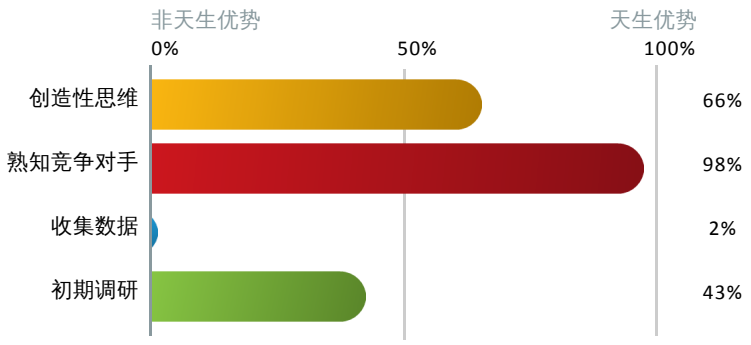
对事实和数字有个精炼的了解将有助于发展商机。在冒险进行销售之前，请收集足够的证据和数据来支持你的工作。准确而严格的调研是建立有效销售的强大平台的关键。

初期调研

在为销售做准备时，能够在当今难以预测、瞬息万变的市场中识别当前趋势是一项有用的技能。在这样的环境下，新兴的调研模型是更改方法以吸收新信息的一种非常有效的方法。

©2020Lumina Learning Ltd

调研和获取市场信息



你在这个阶段的天生优势：

- 你擅长将不同的调研成果拼凑在一起，形成一幅关于你客户的完整画面。
- 你态度直截了当、毫不妥协，这能使你直接找到问题的答案。你不会阻止自己去发现你需要知道的事情。
- 你的一个核心优势是你以开放的心态着手你的准备工作，并在发现新信息的时候跟进它。

在这个阶段可能的劣势：

- 你难以与他人达成协议；如果你在调研客户的过程中试图获得他人的帮助，可能会导致问题。
- 有时候，当你和客户见面时，你很难把你从调研中获得的信息转化成可以付诸实践的步骤。
- 有时候，你没有把足够的重点放在调研客户的个人喜好上，这会让你很难在销售周期的后期和客户建立起情感上的融洽关系。

如何在这个阶段发展你的特质

- 当你调研客户时，努力更加注意细节；这将确保你所做的任何决定都是基于真实的证据。
- 试着规划你的调研，这样的话你的方法背后就有一个清晰的结构和逻辑。
- 积极收集有关客户沟通偏好的反馈，这样在面对面的交流中就不会感到迷失。

©2020Lumina Learning Ltd

调研和获取市场信息 -- 过度状态下

准备工作是任何成功销售的关键部分。在你尝试设计最佳提案时，重复收集关于客户的信息始终很重要。但是，过多的调研和计划可能会花费不菲，并且可能会扼杀你与客户打交道时可能出现的新机会和可能性，从而对实际销售本身产生负面影响。此外，根据既定的事实和数字来判断和处理问题，可能会给客户留下缺乏想象力、刻板的印象，从而让客户觉得乏味。

不切实际的调研

调研市场以寻找新机会是至关重要的，但这可能是时间和资源上的昂贵投资。如果没有正确的指导方针，你的调研可能会变得笼统，而与手头的客户无关。事先规划好你调研的过程会很有用。

自以为是的调研

当调研过于依赖你自己的方向时，你可能会忽视潜在的富有成效的探索途径。你可能无法得到比开始时更多的信息。试着找出最好的调研方法，并相应地应用它们。

分析瘫痪

令人不能招架的、不加区分的大量数据可能会让人难以理解，并成为有效销售流程的障碍，因为你可能会陷入分析和犹豫不决的境地。要集中数据和信息，以便识别准确的资料并筛选出你需要的内容。

无止尽地调查

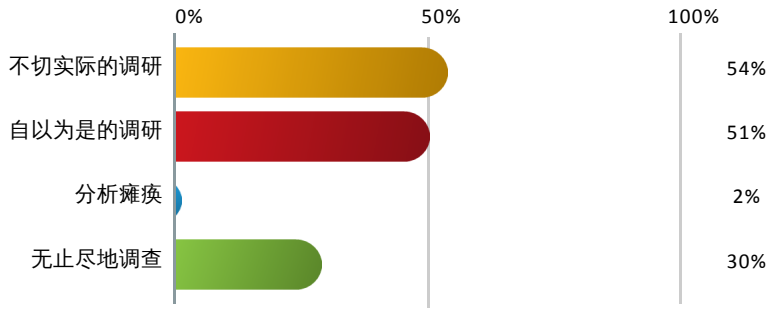
过于频繁地更改你的调研方法会让你无法深入调研。知道何时应该控制你随意的方法可以让你从调研中获得必要的细节，并确保你不会过于分散自己的精力。

©2020Lumina Learning Ltd

调研和获取市场信息 -- 过度状态下

不会倾向于过度发挥

倾向于过度发挥



在这个阶段，你可能会有的一些过度表现：

- 你可能过于专注于要把你的调研做得完美无缺，这会让你感到不必要的时间压力。
- 有些时候，你可能会基于非常少的调研信息建立理论，得出的结论往往具有误导性。
- 有时候你太过有创意，这意味着你所做的调研可能缺乏实用的意义。

如何在这个阶段调整你的过度状态

- 不要太偏离你最初的调研目标，这样你找到的所有信息都可以用来完善你的销售陈述。
- 在推动你的调研结果时尽量不要太直接，这样在销售时别人可以舒服地与你合作。
- 不要过于专注于把你的调研做得完美无缺，从而超过你的竞争对手，因为仅凭准备是无法赢得销售的。

©2020Lumina Learning Ltd

销售流程

寻找潜在客户时会和客户有初步的接触，这是关键的销售阶段。首先重要的是要通过广泛的网络进行筛选以吸引各种潜在客户并建立强大的市场地位。然后至关重要的是，通过一个稳健的业务案例并清楚地了解他们的特定需求，与潜在客户建立牢固而融洽的关系。

要做到这一点，你需要完成以下四个步骤:

1. 接近和吸引利益相关者
2. 创造价值假设
3. 推理论辩，塑造商业案例
4. 与客户就商业案例进行对话

销售特质

为了更好地开展这个阶段的工作，你还需要展示关键的行为 -- 我们称之为你的“销售特质”。你需要调动自己四个不同的部分来做好这件事:

主动社交

知道如何、何时、何地建立人际网络是至关重要的！积极管理和扩展你的人际网络是很重要的，因为这样的联系可以给你带来即时的机会，并帮助你在市场上保持强大的存在感。

推理论辩

知道如何向现有客户和潜在客户推销你的服务是很重要的。以稳健的业务理念吸引客户，有助于确保他们完全相信，你的产品能够满足他们的需求。

有条理地寻找潜在客户

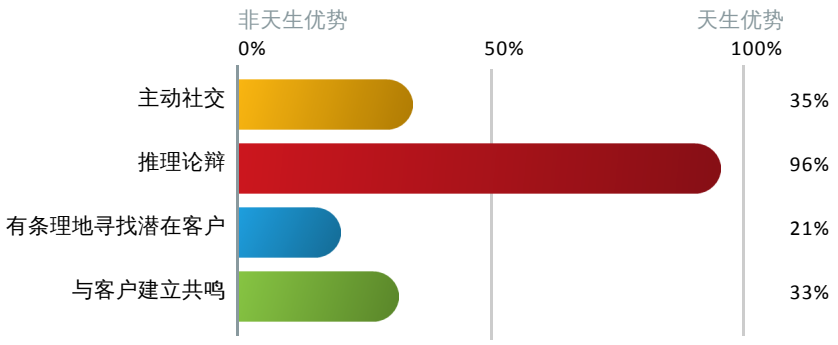
当你开始与客户互动时，采取行动并确定有用的销售方法会很有用。 通过努力遵循既定的策略，你会知道自己在销售的任何特定阶段将要去往何方，这样可以增加你成功的机会。

与客户建立共鸣

销售和商业机会很重要，但与客户保持牢固、开放、融洽的关系也很重要。建立一种相互信任和尊重的感觉是吸引客户的一种非常有效的方式，它能让客户在与你一起工作和分享他们的需求时感到舒适。

©2020Lumina Learning Ltd

寻找和吸引客户



你在这个阶段的天生优势：

- 你用强大的批判性思维技能识别出是什么使你的产品脱颖而出并吸引大客户。
- 你很善于随时随地产生新的想法，并把它们无缝地运用到你的演示中，以满足客户的需求。
- 你善于客观地评估市场，这样在接近客户时，你就可以分配适当的时间和资源。

在这个阶段可能的劣势：

- 你很难把一系列的事实和案例研究串在一起来增强你对客户的吸引力。
- 有时，你无法识别和追求可能带来最大价值的潜在客户。
- 在你尝试与客户建立最初的联结时，你可能很难以一种微妙的方式做到这一点，最终会让客户手足无措。

如何在这个阶段发展你的特质

- 遇到沉默寡言、犹豫不决的客户时不要被吓退；试着用你的能量和热情去赢得他们。
- 试着在你最初的销售方案中加入足够实际的内容，去接触那些喜欢实在的条款的、务实的客户。
- 试着满足客户的情感需求，这样你就能立刻建立起牢固的联结。

©2020Lumina Learning Ltd

寻找和吸引客户 -- 过度状态下

当你在寻找客户并与客户建立联系时，认识到情绪的变化是很重要的。如果你能感觉到让客户失去了兴趣，那么重要的是要在销售过程中不断改进你最初的提案，从而将销售的势头一直保持到最后。但是，你也不能忘记你最初的目标，因为如果为了取悦客户而偏离了最初的目标太远，你可能会降低你所创造的机会的商业前景。维持一段关系很重要，但要记住你做出的任何妥协都要付出代价。

随意社交

维系人脉应该与你的商业目标保持一致。维持一个不断发展和健康的人际网络是很重要，但是如果你过于投入社会关系中，那会浪费宝贵的时间和资源。因此，如果你没有得到任何回报，就要避免任何拖拖拉拉的社交活动。

咄咄逼人，直白生硬

人们可能很难与你的目标联系起来，并对你冷淡的方式感到不快。在接触现有客户和潜在客户时，外交技巧至关重要。当你试图抓住机会时，尽量避免在处理人际关系时过于自信和直接。

流程驱动

要建立和探索不同的途径来扩展你的业务。为了稳妥行事而坚持既有流程，可能会失去探索客户更多可能性的机会。这可能会对未来的业务产生负面影响。

过度付出

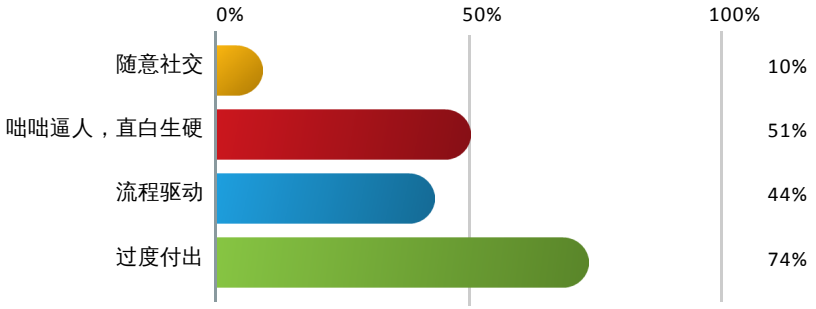
与客户建立私人联结有时会非常耗费精力。要保持警醒，与客户交往可能会比预期的消耗更多。对自己要坚定，如果销售对你不利，就停止销售，而不是试图让客户满意。

©2020Lumina Learning Ltd

寻找和吸引客户 -- 过度状态下

不会倾向于过度发挥

倾向于过度发挥



在这个阶段，你可能会有的一些过度表现：

- 有时候，由于你渴望建立持久的、逐渐发展的关系，你会迫使客户达成与你达成一致。
- 有时候，你对客户有太强的感同身受，最终导致夸大其词。
- 当你过度使用你天生的优势把事情复杂化时，你会改变提案，新提案对客户的需求而言会过于复杂。

如何在这个阶段调整你的过度状态

- 花太多时间规划你的策略，并遵循一系列步骤与你的客户互动，会让你看起来节奏缓慢、缺乏鼓舞的精神。
- 对客户采取直接竞争方式时要小心，因为这可能反映的是你自己的利益，而不是他们的利益。
- 在敦促客户做出承诺之前，给他们更多的时间，以确保他们对所做的安排感到满意。

©2020Lumina Learning Ltd

销售流程

持续的互动是理解客户偏好、沟通风格和需求的关键。因此，用富有洞察力的问题和充分的注意力来激励客户是很重要的。流畅、一致的沟通能帮助你发现并解决客户的担忧，并确保你的交付将是一流的。

要做到这一点，你需要完成以下四个步骤:

1. 选择符合资格的客户；剔除不符合客资格的客户
2. 了解客户决策流程和购买标准
3. 行动还是不行动？评估销售成功的可能性
4. 内部 -- 获得资金来设计解决方案

销售特质

为了更好地开展这个阶段的工作，你还需要展示关键的行为 -- 我们称之为你的“销售特质”。你需要调动自己四个不同的部分来做好这件事:

激发点子

不断发展的想法将帮助你激励客户。用你的想法和解决方案激发客户的热情总是很重要的。要做到这些，你可以在满足客户的需求的时候，采用创造性的方法，也可以展现你有能力为他们提供一系列的答案。

理性地思考

通过分析，你可以快速识别你可能支持客户的领域。通过聚焦和理性的方法，你可以帮助客户澄清他们的情况，并构建各种可能的解决方案。

有洞察力地评估

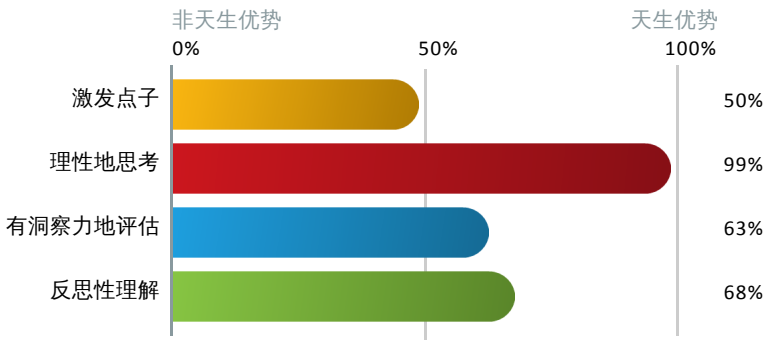
为了确保客户满意，在销售流程的每个阶段都要让客户了解最新的情况。询问客户的想法和反馈总是很重要的。这可以让你全面了解客户的情况，知道如何帮助他们解决问题。

反思性理解

客户的关注应该是第一位的。务必让你的客户有机会发表他们的观点，因为如果你明确表示他们已经得到你的充分关注，他们将更愿意与你互动并分享他们的担忧。

©2020Lumina Learning Ltd

理解需求



你在这个阶段的天生优势：

- 你渴望为客户提供最具竞争力的报价，这将激励你去充分了解客户的需求。
- 当倾听客户的意见时，你给人的印象是深思熟虑。
- 在推进销售流程之前，你小心谨慎，确保自己完全了解客户情况。

在这个阶段可能的劣势：

- 如果你的客户对活跃的讨论反应最好，而你又很难在谈话中注入能量和热情，这可能会是个问题。
- 要和那些试图让你参与创新讨论的客户建立联结，对你来说相当困难。
- 有时候，你很难根据客户的喜好来调整自己的倾听风格。

如何在这个阶段发展你的特质

- 当你遇到非常有动力的客户时，尽量做出额外的努力，积极主动地推动讨论。
- 即使话题转移到实际问题上，也要尽量与客户保持对话。
- 确保你能够兑现为满足客户需求而做出的任何行动或承诺。

©2020Lumina Learning Ltd

理解需求 -- 过度状态下

当你面对客户时，有效的倾听对于建立融洽的关系和识别客户的需求是至关重要的。但是，如果你在这方面做得太过了，你可能会变得被动，忘记实现自己的目标，也无法保持良好的沟通交流，无法让双方都能理解彼此的需求。在开始与客户建立关系时，要牢记你自己的意图，这不仅对你自己的利益很重要，而且对保持销售流程的专注和力度也很重要。

创造力过剩

采用混合的方法很重要。当你的创意太过火时，你的创新会让客户手足无措，让他们无法与你合作，也无法分享他们的需求。有时候，一个更加脚踏实地的方法可以让你更好地与客户打交道。

迫切

达成目标很重要，但在个人层面上建立联系也是如此。你对结果和进展的渴望可能会被认为是咄咄逼人的，客户可能会回避，不愿意向你透露太多信息。要注意倾听他们的个人关注点。

冷淡

客户可能会认为某个经过深思熟虑的方法过于脱离他们的实际需要，这可能会让他们离开你。要给客户一个舒适的环境来表达他们的观点，并让你的注意力与他们的期望保持一致。

消极

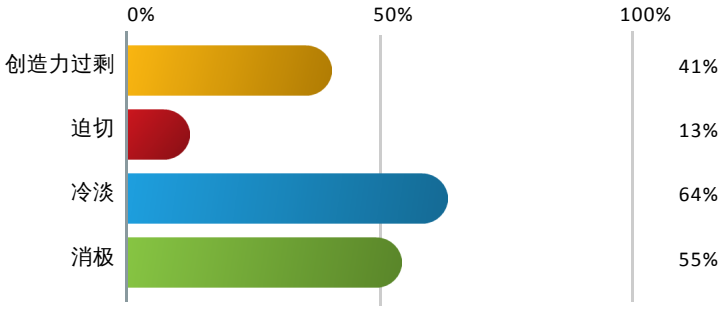
如果不表达你的观点，客户很难知道你理解他们的处境。重要的是要向客户表明，你完全投入其中，对他们的想法和顾虑非常敏感。如果你没有表现出你的理解，客户可能会认为你不感兴趣，从而不愿意与你坦诚相对。

©2020Lumina Learning Ltd

理解需求 -- 过度状态下

不会倾向于过度发挥

倾向于过度发挥



在这个阶段，你可能会有的一些过度表现：

- 有时候你的客户会因为你的鼓励而变得过于有创造力，并开始表达一些不可行的想法。
- 有时候在压力下你会显得很严肃，这可能会让你的客户觉得你不赞成他们所说的话。
- 有时候你给你的客户太多的谈话空间，结果他们会变得很安静。

如何在这个阶段调整你的过度状态

- 在理解客户时，倾听是很重要的，但是如果谈话停滞不前时，不要忘记向客户提出问题去推动谈话的进行。
- 注意不要因为你坚持要面面俱到而减慢了与客户讨论的进程。
- 不要过于信任，因为在最初的讨论中，当你试图确定客户的确切需求时，保持好奇心和探究性是有好处的。

©2020Lumina Learning Ltd

销售流程

你的提案对赢得客户对你的产品的支持起着至关重要的作用。提案必须是全面透彻的，这样客户才会清楚你提供的是什么。你还应该激发客户的热情，让他们愿意与你长期合作。建立在信任和开放基础上的牢固关系和有吸引力的提案一样有效。

要做到这一点，你需要完成以下四个步骤:

1. 共同创建以客户为中心的解决方案 -- 定义交易结构
2. “了解你自己，了解你的敌人” -- 击败竞争对手
3. 向客户提交的首次提案
4. 内部 -- 获得资金进行投标

销售特质

为了更好地开展这个阶段的工作，你还需要展示关键的行为 -- 我们称之为你的“销售特质”。你需要调动自己四个不同的部分来做好这件事:

充满热情

通过激发客户的热情，你可以迅速建立起一种充满活力的融洽关系。这样你可以从客户那里得到答案，从而改进你的产品并满他们的精确需求。在向客户提建议时保持活力，这样可以提高客户的兴趣。

有说服力

在向客户提案时，展示你有信心为他们服务的能力。向客户推荐解决方案时，你一定要让他们相信你的产品是可靠的，并且你可以保证你所承诺的服务。

详细的提案

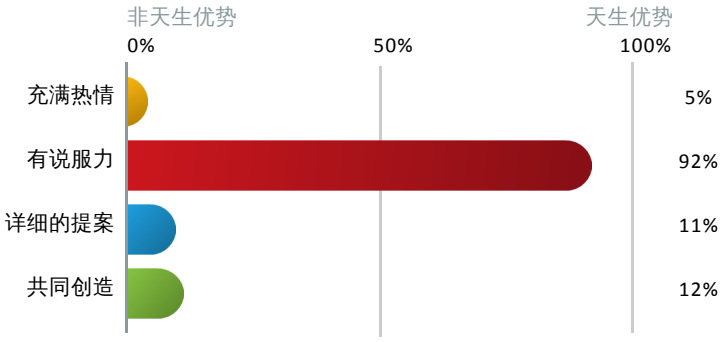
提案应始终反映出你的服务质量。重要的是你要把所有你认为与客户相关的细节都包括进来。向客户展示你的产品和服务时，要有一个清晰的行动计划，并有以往的成果作为支撑，这将鼓励客户选择你的解决方案。

共同创造

在制定销售方案时，谈判和妥协的意愿会很有价值。表现出对共同成功的渴望和合作的意愿是赢得客户信任的有效方法。通过满足客户的需求并在必要时做出让步，可以确保最大程度的满足。

©2020Lumina Learning Ltd

推荐解决方案



你在这个阶段的天生优势：

- 在和很多人沟通之后，你已经清楚地了解了竞争对手的优势和劣势，从而能够提出极具吸引力的方案。
- 你对抽象事物的信心会在你的推销中展现出来，让客户放心，他们能够得到妥善照顾。
- 你以一种高度创造性和富有吸引力的方式向你的客户提出想法。

在这个阶段可能的劣势：

- 你可能很难通过时间表和承诺来支持你的方案，这会使你很难得到客户的认可。
- 你很难在方案中留下妥协余地，这会使客户对方案感到不那么满意。
- 在推销过程中，你很难把雄心勃勃的议程推进到客户面前。

如何在这个阶段发展你的特质

- 如果客户喜欢更亲密的互动，那么在销售推荐时大胆地安排非正式的一对一的会议。
- 尽量用事实和数字来加强你的方案，以安抚关注数据的客户。
- 在提出方案时，应根据当前的实际情况，充分考虑所有的关键因素。

©2020Lumina Learning Ltd

推荐解决方案 -- 过度状态下

在推销的时候，为了给客户留下持久的印象，拥有清晰的愿景和想法是很重要的。但是，如果你做得太过了，就会给人强加于人和不可信的印象，从而破坏你与客户的关系并危及业务的成交。当你在推销时，要确保你的建议留有足够的空间，以便在沟通出现困难和障碍时做出改变，赢得客户的支持。销售能否成功取决于你是否愿意在必要时做出调整和妥协。

令人不能承受

有时候太过积极也不好。如果你不断热情地向客户推销你的解决方案，他们可能会觉得选择太多了。重要的是要给他们时间来消化和思考你的解决方案和想法。

给人压迫感

在试图说服客户相信你所提供的就是他们想要的产品时，不要表现得太强势，这一点很重要。客户可能会对你的直率感到不快，觉得被迫要仓促地做出决定。你要做好让步的准备，倾听客户的反馈，必要时调整你的提案。

沉迷于细节

想要提出完美提案的愿望会导致犹豫和缺乏行动。你可能会为了找到最好的方法来赢得客户而变得犹豫不决。在试图完善销售方案之前，先集中在第一步，向客户展示可行性。

取悦他人

满足客户的需求是业务追求的核心，但在定制解决方案以满足客户需求时不要过度承诺，这很重要，因为这可能会在未来实际交付时导致困难。

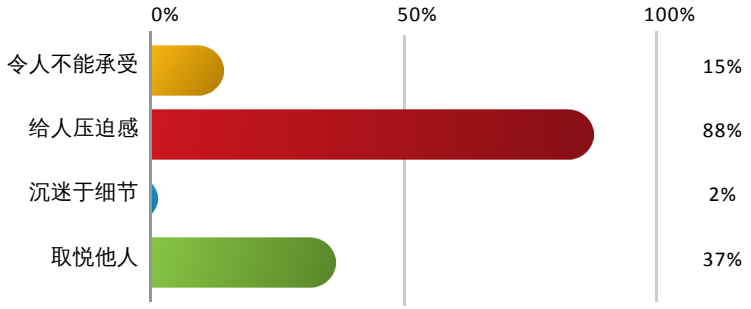
©2020Lumina Learning Ltd

推荐解决方案 -- 过度状态下

4

不会倾向于过度发挥

倾向于过度发挥



在这个阶段，你可能会有的一些过度表现：

- 有时候，你在会议中显得过于控制，你的方案可能偶尔会以牺牲其他与会者发言的时间为代价。
- 如果你在推销时面对竞争对手，为了使你的推销更具有影响，你很难抑制你对共同成功的渴望。
- 有时候 ，你呈现观点时太过用力，这会使你的客户远离你的方案。

如何在这个阶段调整你的过度状态

- 当你决定采用一种更为坚定自信的态度时要谨慎，因为会让客户感到威胁而不采用你的方案。
- 避免在会谈中过分控制，因为这样做可能会导致客户错过提出关键问题的机会。
- 有时候，试着抑制你对共同成功的渴望，让你的推销更具有影响力，稳步推进销售 。

©2020Lumina Learning Ltd

获得承诺

销售流程

一旦你的客户有了购买的心态，你就必须获得他们的承诺并达成交易。时刻关注客户的信号，这样你就能转化机会。通过表现出解决客户担忧的意愿来维持客户的信任是至关重要的。当时机到来，你必须抓住机会，果断行动。

要做到这一点，你需要完成以下四个步骤:

1. 记录“最佳和最终报价”
2. 向客户提交的最终提案
3. 与客户谈判
4. 尽职调查并签署客户合同

销售特质

为了更好地开展这个阶段的工作，你还需要展示关键的行为 -- 我们称之为你的“销售特质”。你需要调动自己四个不同的部分来做好这件事:

凭直觉成交

对客户需求和潜在的商机保持直觉。当你感觉到客户愿意接受你的提案时，相信你的直觉并通过果断的行动真正抓住时机是很重要的。

果断成交

一旦你知道所有的细节都已经讨论过了，就一定要稳固地达成交易，让客户做出承诺。通过争取客户的最终答案，你可以确保成交，而不必冒客户失去兴趣的风险。

尽职调查

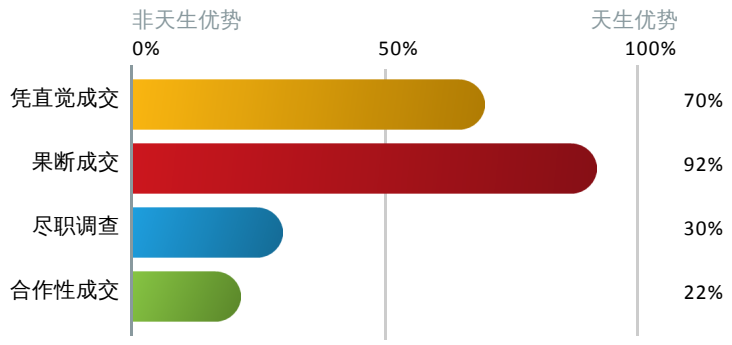
细节很重要，它们可以决定交易的成败。如果客户知道什么都没有被忽视，所有事情都被彻底澄清，他们就会放心。这样双方都知道没有隐藏的障碍，可以继续往前推进。一旦达成协议，销售将顺利进行。

合作性成交

完全获得客户的一个有效方法是在关系的基础上达成交易。这可以通过个人之间的联结和专业知识的结合来完成。向客户明确表明你考虑他们的需求，也考虑你自己的需求，可以确保双赢。

©2020Lumina Learning Ltd

获得承诺



你在这个阶段的天生优势：

- 你要在不惜任何代价赢得销售的欲望与对你实际能给予的承诺有充分的了解之间取得平衡。
- 你通过一个从期望开始到承诺结束的逻辑过程来推动客户。
- 在完成交易时，你保持全局观，弥补你有限的组织能力，从而平衡客户的满意度。

在这个阶段可能的劣势：

- 你并不总是能传递出对达成销售的热情，这会让客户疑惑你对协议以及对他们的投入程度。
- 有些客户只相信他们自己经历过的事情，如果他们没有和你打交道的经验，你会发现很难说服他们做出承诺。
- 有时候，你同意的承诺需要更加清晰，缺乏焦点会让你很难设定未来的期望。

如何在这个阶段发展你的特质

- 当你和客户的讨论由于不可预见的问题而过早停止的时候，尝试一些新的东西，提出可能让客户满意的独特的东西。
- 在达成协议的最后阶段，应特别关注与买方有关的当前现状和结果。
- 确保你在初始协议中作出的所有承诺都有充分的文件记录和澄清，以便在交付中不会出现严重的疏忽。

©2020Lumina Learning Ltd

获得承诺 -- 过度状态下

当你的客户开始热衷于达成协议时，重要的是要迅速采取果断的行动，这样你才能充分抓住机会。但是，不要在试图推动客户做出承诺的最后关卡上失去你的耐心和一致性。此外，过分灵活会损害你的利益和信誉。只要你在销售流程结束之前一直保持这种关系，你就会拥有一个稳定的支撑点，在最后一刻出现问题时可以依靠它。

混乱而即兴地成交

自发地得出结论并催促客户做出决定可能是危险的，因为这可能会被认为是不可靠和不敏感的。要对基于客户的承诺采取冷静的态度，让双方都有时间考虑其决策的后果。

强行成交

当过分关注结果时，可能会让客户感到不舒服。还有一种危险是，如果推销得太过火，客户可能会在最后一刻对交易失去信心。 努力认可合理的担忧，并为其他观点留出空间。

犹豫地成交

当即将成交时，重要的是要避免因犹豫不决而使销售流程停滞不前。如果你过于系统化地想要涵盖每一个细节，你可能会失去客户的热情。试着在一个可行的细节层次上停下来，然后在将来完善提案的其余部分。

让步地成交

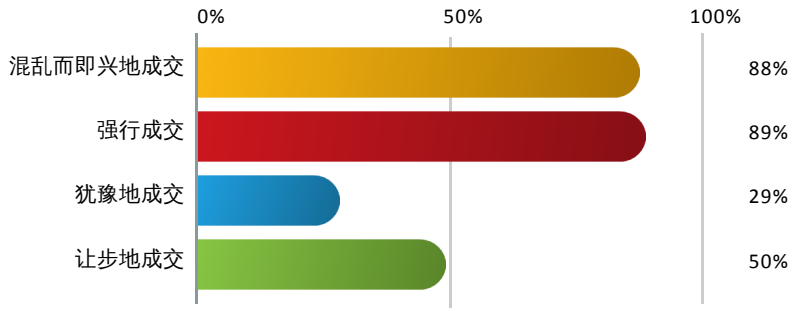
人际导向的做法有可能导致差强人意的决议。这可能会导致整体销售业绩下滑和不自在的承诺。尽量避免超出预先设定的范围去修改提案。做到这点需要一定程度的自律，以平衡良好服务与良好业务成果之间的关系。

©2020Lumina Learning Ltd

获得承诺 -- 过度状态下

不会倾向于过度发挥

倾向于过度发挥



在这个阶段，你可能会有的一些过度表现：

- 在谈判中，你有时候会遇到过于激烈的情况，而你并不总是知道什么时候该放弃一个难堪一击的立场。
- 你喜欢自发地行动，抓住出现的销售机会。不过，这可能被视为太“最后一刻”。
- 有时候，你对自己的承诺过于谨慎，没有在合同中给到客户想要的一切。

如何在这个阶段调整你的过度状态

- 当销售进展到后期的时候，要保持自信，这样你的承诺和保证才是明智的。
- 如果妥协可能是达成交易的更有效的方式，那么在合同销售中不要过分追求互惠互利。
- 不要对掌控销售的企图不加掩饰，因为这会让客户感到不安。

©2020Lumina Learning Ltd

销售流程

维护和加强你与客户的关系是很重要的，这能让你在之前的工作基础上获得回报，并确保回头生意。维持这种关系与高质量的交付同样重要。在交付时，确保通过分享你的能量和服务精神来加强你们的关系。

要做到这一点，你需要完成以下四个步骤:

1. 从赢得销售转向提供服务
2. 新订单流程和销售跟踪
3. 创建客户业务计划和支持流程
4. 寻求更多销售机会

销售特质

为了更好地开展这个阶段的工作，你还需要展示关键的行为 -- 我们称之为你的“销售特质”。你需要调动自己四个不同的部分来做好这件事:

促进关系

保持关系并结识新客户是创造新业务的有效途径。通过持续的社交参与来保持融洽关系也很重要。这样你就能与客户保持联系并及时响应他们的需求。

推动交付

即使面对逆境，客户也希望获得结果。通过向客户表明你愿意不惜一切代价完成交付，他们会觉得你可以依靠，并能提供他们所期望得到的服务。在此基础上，你可以为客户制定更加雄心勃勃的目标，这样你们的关系就会蓬勃发展。

严格执行

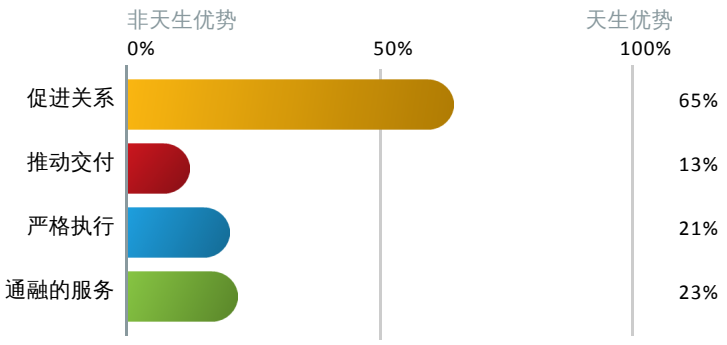
在履行你的承诺时，详细地计划步骤并确保你的估算是准确的，这样会让客户相信你能在最后期限前完成任务。当客户看到你的可靠和有条理的表现后，他们会感到更加放心。

通融的服务

创造一个环境，让客户可以在销售流程的任何阶段参与投入。当你为了跟进行动而执行一项计划时，要确保客户在整个过程中感到充分的参与并获得最新的信息。这种融洽的关系与产品的交付同样重要，因为它可以让客户对你的服务理念感到放心。

©2020Lumina Learning Ltd

支持客户；发展客户



你在这个阶段的天生优势：

- 你善于密切关注客户，经常以书面形式跟进销售，以了解他们的满意度，并提供反馈的机会。
- 你擅长将一些与跟进客户有关的任务委派给身边的人，帮助培养客户满意度和获得回头生意。
- 虽然你经常表现得像是临时起意，但实际上你非常关注客户的需求，会花很多时间确保他们对你的服务感到满意。

在这个阶段可能的劣势：

- 你可能很难让客户相信，你能始终如一地为他们提供有趣的新的销售机会。
- 在制定销售承诺的后续计划时，你的计划可能缺乏必要的细节来让客户相信你有能力兑现承诺。
- 你可能很难保持对共同成功的关注，你的客户可能会开始觉得，他们换一个服务方或许会更好。

如何在这个阶段发展你的特质

- 确保你的交付始终符合最初提案中商定的标准，以便你和客户始终有所进展。
- 不要过于关注既定的流程，这些流程可能会阻碍你始终如一地履行承诺并满足客户的期望。
- 不管付出什么代价，你都要坚持执行约定的行动，这样才不会损害你与客户的关系。

©2020Lumina Learning Ltd

交易达成后，重要的是要兑现你的承诺。这个后续阶段是至关重要的，这样可以确保你可以最大限度地利用客户提供给你的所有商机。重要的是要在现有关系的基础上立即采取行动，在达成协议很久之后仍然表现出持续的承诺和诚信。维持和发展你的关系和达成交易同样重要，因为你可以通过推荐或重复购买开辟新的业务。

不稳定的跟进

如果你以一种快速和不可预测的方式行事，就会影响到你与客户的关系。如果你时断时续地履行承诺，你可能会失去客户的信任。清晰地记录你的承诺，以确保你不会忘记它们。

缺乏人情味的跟进

缺乏同情心和仅仅关注结果可能会损害你和客户之间的融洽关系。他们可能在寻找一种能带来新机会的持久关系，而不是一次性的机会。专注于更深层次的个人层面的联结，这可以成为更有效合作关系的基础。

程式化跟进

如果过度计划交付，那么新的交付就不能实现，实际交付也会被此流程所耽误。如果你不接受新的机会，那么它们就会消失，并且客户会感到失望。尝试在你的计划中留出余地，以便在机会来临时你有余力去承担新的承诺。

顺从式跟进

你希望让客户有参与感，这样的愿望可能会让你变得过于顺从并最终做出超出你能力范围的承诺。要尽量避免让你和客户的关系给你造成无法言说的压力，迫使你付出超出你所能承受的。为了避免过度使用你的资源，请划定一个范围并坚持下去。

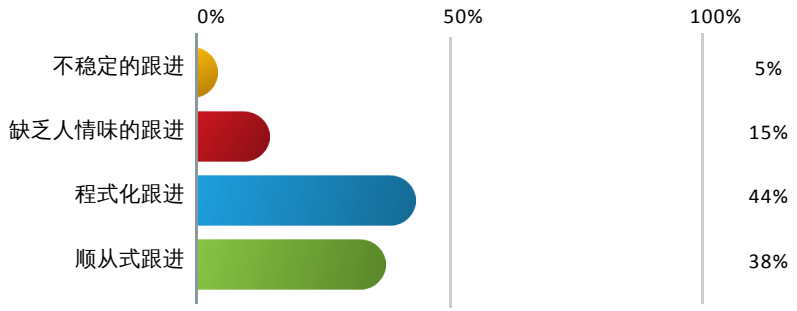
©2020Lumina Learning Ltd

支持客户；发展客户 -- 过度状态下

6

不会倾向于过度发挥

倾向于过度发挥



在这个阶段，你可能会有的一些过度表现：

- 有时候你会过分注重与客户的情感联结。
- 当出现不可预见的情况时，你可能很难抽出时间来支持你的客户。

如何在这个阶段调整你的过度状态

- 不要过分强调与客户建立情感联系，因为你必须首先履行你的承诺来展示你的能力。
- 在履行承诺的过程中不要过分依赖计划，因为不可预见的发展可能会破坏客户关系。

©2020Lumina Learning Ltd

Lumina Learning Ltd
Third Floor St George's House
Knoll Road
Camberley
GU15 3SY, UK

Lumina Learning

Sample Practitioner
Lumina Learning Ltd
Address Line
Town
County
Postcode

Date Questionnaire completed: 14/08/13 12:11:25

Date Portrait most recently regenerated: 03/12/20 11:09:59