



《贏得機會》系列

戰略機會管理 (SOM)

Strategic Opportunity Management

戰略機會管理 (SOM) 協助銷售團隊通過完整的系統框架來制定客戶戰略，以更高效和快速的方式贏得客戶機會。本課程提供了一個全面的B2B銷售流程和行動計劃，在複雜的企業銷售場景中成功產出解決方案，達成勝利。課程框架關注客戶組織中不同決策者的目標，並有效將銷售資源投入到高回報的行動。

SOM通過使用戰略分析工具，提高銷售團隊對業務機會的洞察。這不僅涉及如何識別客戶組織中的關鍵決策者，還提供對每位決策者的影響程度、購買態度、購買原因和其他重要信息的分析評分。銷售團隊可以使用課程框架評估我方在客戶觀點中的地位，深度分析我方對比競爭對手的獨特優勢，制定出合理的後續最佳行動，掌握關鍵客戶信息，促進業務成交。

SOM能夠顯著提高機會贏得的概率及降低銷售預測的不確定性。課程協助團隊針對所有銷售機會進行合理的資源分配，建立銷售管理的共同語言和標準，確保主管判斷值得公司關注的銷售機會，提高成交概率的把握。SOM能夠有效讓銷售人員和主管專注在高盈利和易成交的機會，協助業務團隊騰出更多的時間和精力來提升業績及客戶關係的維護。

課程內容

課程單元	課程內容
1. 機會戰略管理	<ul style="list-style-type: none"> 分享最佳成交實踐範例，與銷售團隊的其他成員分享 掌握銷售機會 4大關鍵要素來明確當前的進展定位 挖掘影響成交的最關鍵內外部變化
2. B2B客戶銷售分析的關鍵要素	<ul style="list-style-type: none"> 釐清關鍵決策者並提供對應的解決方案 分析每個決策者對採購的接受程度及可行性 區分決策者和流程的細節
3. 競爭模式和達成雙贏	<ul style="list-style-type: none"> 瞭解銷售的四種結果，以及為何其中三種會避免雙方成交 評估購買影響者對解決方案的支持程度 將所有內容整合到一個基於行動的策略中，以進行結構化的銷售分析
4. 銷售管理和最佳行動	<ul style="list-style-type: none"> 使用通用語言來討論和分析銷售機會的狀態 通過銷售管理分析確定後續行動步驟 快速識別值得投資有限資源的機會

1. 機會戰略管理

- 分享最佳成交實踐範例，與銷售團隊的其他成員分享
- 掌握銷售機會 4大關鍵要素來明確當前的進展定位
- 挖掘影響成交的最關鍵內外部變化

2. B2B客戶銷售分析的關鍵要素

- 釐清關鍵決策者並提供對應的解決方案
- 分析每個決策者對採購的接受程度及可行性
- 區分決策者和流程的細節

3. 競爭模式和達成雙贏

- 瞭解銷售的四種結果，以及為何其中三種會避免雙方成交
- 評估購買影響者對解決方案的支持程度
- 將所有內容整合到一個基於行動的策略中，以進行結構化的銷售分析

4. 銷售管理和最佳行動

- 使用通用語言來討論和分析銷售機會的狀態
- 通過銷售管理分析確定後續行動步驟
- 快速識別值得投資有限資源的機會



課程目標

- 提升銷售預測準確度
- 適當調度資源及爭取理想客戶
- 提供以客戶為導向的方案
- 有效影響客戶和贏得機會
- 搜集關鍵信息並提升談判勝算
- 釐清銷售目標和落實行動



授課形式

- 講師講授
- 案例分析
- 小組討論
- 實戰練習



課程對象

- 銷售人員
- 銷售主管、總監、副總



課程時數

- 2天

*供參考，實際內容將以與客戶確認內容為準