

# 提高培训咨询类企业营销经理的销售能力策略研究

张淑芝

(湖南省通信产业服务有限公司,湖南长沙 410015)

**【摘要】**随着社会的发展,销售工作的挑战越来越大,尤其是培训咨询类企业,行业迭代快速,作为培训咨询类企业营销经理,需要及时调整和优化业务能力,才能适应企业发展要求,获得更多的订单。笔者从提高销售能力所需的专业态度、专业知识和专业技能三个维度进行了简要阐述,提出营销经理要有良好的心态、储备必需的知识、掌握必备的技能,才能提高自身销售能力、获得成功。

**【关键词】**培训;营销经理;专业技能

**【doi:10.3969/j.issn.2095-7661.2020.03.033】**

**【中图分类号】**F713.5

**【文献标识码】**A

**【文章编号】**2095-7661(2020)03-0114-03

## Analysis on the Strategy of Improving the Sales Ability of the Marketing Managers of the Consulting Enterprises

ZHANG Shu-zhi

(Hunan Communication Industry Service Co., Ltd., Changsha, Hunan, China 410015)

**Abstract:** With the development of the society, the challenge of sales is getting bigger and bigger, especially for the training and consulting enterprises. With the rapid industry iteration, as the marketing manager of the training and consulting enterprises, one needs better adjustment and optimization of the professional ability to adapt to the requirements of enterprise development and get more orders. The author briefly expounds the three dimensions of professional attitude, professional knowledge and professional skills required to improve the sales ability, and puts forward that marketing managers should have a good attitude, reserve the required knowledge and master the necessary skills, so as to improve their sales ability and obtain higher success.

**Keywords:** training; marketing manager; professional skills

2019年5月国务院办公厅印发《职业技能提升行动方案(2019—2021年)》,方案中明确提出:劳动者取得证书(职业资格证书、职业技能等级证书、专项职业能力证书、特种作业操作证书、培训合格证书等),按规定给予补贴;符合条件的企业职工参加岗前培训、安全技能培训、转岗转业培训或初级工、中级工、高级工、技师、高级技师培训,按规定给予职业培训补贴或参保职工技能提升补贴等。<sup>[1]</sup>2019年9月教育部办公厅等七部门联合发布《关于教育支持社会服务产业发展提高紧缺人才培养培训质量的意见》,提出以职业教育为重点抓手,提高教育对社会服务产业

提质扩容的支撑能力,加快建立健全紧缺领域人才培养培训体系。<sup>[2]</sup>随着国家经济的高速发展,为保证经济发展所必需的人才资源,相关部门不断出台关于职业技能培训的文件,保障社会有更多的资源去培养人才,为企业发展保驾护航,这预示着培训咨询类企业在未来市场上有大量的商机和发展空间,许多培训咨询公司纷纷建立<sup>[3]</sup>。如何在众多培训咨询企业中脱颖而出,被客户方选择,培训咨询类企业营销经理的销售能力影响甚大。作为一名咨询培训行业类的营销经理,究竟具备哪些综合素养,才能有高超的销售能力呢?笔者将从三个维度研究提高培训咨询类企业营销

**【收稿日期】**2020-01-16

**【作者简介】**张淑芝(1974-),女,湖南岳阳人,湖南省通信产业服务有限公司集客部高级业务经理,学士,研究方向:营销管理、网络技术。

**【基金项目】**湖南省教育科学“十三五”规划课题“产教融合背景下高职院校职业培训创新发展模式构建与能力提升实践研究”(课题编号:XJK20CZY043)。

经理的销售能力策略。

## 1 提高销售能力所需的专业态度

态度是决定成功的第一要素,真正的优秀是从态度开始的,树立良好的态度可以帮助营销经理克服困难。营销经理的态度决定了自身行为,正确的行为造就良好的结果,优秀的培训咨询类企业营销经理,应该具备的以下三点专业态度。

### 1.1 主动积极的态度

作为营销经理,销售工作本身就具有挑战性。销售工作不是朝九晚五坐在办公室里等客户上门,而是需要营销经理主动出击去寻找有可能的潜在客户。每天的工作内容可能都不同,日常工作需要自行安排,围绕着完成业绩而服务,当然这意味着营销经理每年的任务都会有改变,所以营销经理需要拥有积极主动的态度,寻找客户,挖掘到更多的商机。如今的市场是买方市场,是客户挑选卖方。营销经理每天会遇到形形色色不同的客户,难免会遭受到客户的冷漠对待和拒绝,唯有拥有了积极坚韧的态度,在面对挫折、困难、问题、挑战时,才能将这些负面的信息转换成积极正面的力量。所以积极主动的态度是营销经理必备的专业态度。

### 1.2 自信坚持的态度

作为营销经理,需要拥有自信的态度。所谓自信,即相信自己,这是一种良好心理素质的表现。营销经理需要自信的具体场景有:向客户介绍自己时、与客户进行电话约见时、面对客户的待人接物时、探寻客户需求时、向客户解读产品方案或项目服务时等等。自信能改变自身气场,这能影响到客户对他的印象<sup>[4]</sup>。加强自身信心才能有助于目标达成,有信心能帮助客户解决问题。有了自信,对自己的工作能力、对工作任务、对未来都会有更积极的想法,才会更努力地去奋斗。当然,有自信的同时,营销经理也需要拥有坚持的态度,坚持才能让他的自信发挥的更持久。所谓的坚持是需要营销经理面对困难时,拥有不达目的誓不罢休的坚持精神。销售工作是很有挑战性的一项工作,营销经理在营销工作开展之初是较为困难的,因为资源匮乏,因而需要营销经理持有坚持的态度,脚踏实地,一步一个脚印,扎实打好基础,主动寻找客户,拿下订单。所以营销经理需要坚持的态度,需要自信的态度,才能在销售工作岗位越走越顺、越走越远。

### 1.3 合作双赢的态度

完成销售的最理想状态是与客户携手发展,与客户成为战略合作伙伴。当下许多销售都是一锤子买卖,一次性交易。出现一次性交易的主要原因是因为营销经理缺乏合作双赢的态度。所谓的合作双赢是指交易双方或共事双方或多方在完成一项交易活动或

共担一项任务的过程中互惠互利、相得益彰,能够实现双方或多方的共同收益<sup>[5]</sup>。在大数据时代,到处充斥着各种信息,在信息对称的情况下,客我双方将彼此视为战略伙伴,将双方的发展紧密结合在一起,合作促进双方的发展,合作促进双方的共赢。营销经理需要抱有合作双赢的态度与客户去交流谈判,得到客户信任才能拥有更多的机会,获得更多的客户的资源,合作双赢是当下营销经理较为缺乏的一种态度,必须从长远的角度出发,持有与客户合作双赢的态度,才能获得客户的信任,获取更多更久的利益。

## 2 提高销售能力所需的专业知识

优秀的咨询培训类营销经理也能成为一名优秀的培训咨询师,了解培训项目的流程、方案的制定、项目的实施等诸多细节,才可以和客户进行深度交流,了解客户的痛点,有针对性地提出合理的解决方案,让客户更信服,推进销售工作的进程。

### 2.1 培训咨询类的产品业务知识

唯有自己精通企业所负责的各种产品业务知识,才能给客户做好专业的介绍。熟知培训咨询类的产品业务知识,不单指产品的具体内容、产品性能、产品服务的优劣势等,还有了解产品业务所匹配的客户类型、能解决的客户的具体问题、一般适用的具体场景等,营销经理需要精通产品业务知识,才能在众多客户群中找到合适的潜在客户,恰如其分地介绍产品业务,合理的销售推进,促进销售任务的完成。

### 2.2 相关企业知识

营销经理需要了解相关企业知识。这里的企业不仅仅指营销经理所隶属的企业,还包括潜在客户企业以及竞争对手企业。营销经理要了解自己的企业,包括企业的发展史、企业文化、企业战略目标、企业规模、企业的相关制度、财务知识等,更好地认识企业,定位自己在公司的地位,增加自己对公司的认同和自豪感、归属感,有助于自己更积极主动地去做好销售工作<sup>[6]</sup>。营销经理还需要了解潜在客户企业,了解客户单位的基本信息有助于快速找到客户的痛点问题,了解客户单位的组织架构图能快速找到项目决策人,找到关键人等。

### 2.2 所属行业知识

随着社会发展,营销经理需要帮助客户单位解决问题,才能更顺利地做好销售工作。需要更好地了解所属行业知识,了解宏观环境,才能在关键时刻为客户单位提供有价值的信息。比如,营销经理所属的培训咨询类企业,是属于培训行业,因此需要了解培训行业未来发展重点和趋势,才能为客户做好专业分析,给客户提供专业中肯的培训咨询类建议和看法,当营销经理彰显出专业态度和实力后,客户企业就会

更加信任营销经理,销售订单就能顺利拿下。

## 2.4 销售所需其他知识

营销经理为了拿到订单,通常会迎合客户,让客户对营销经理产生好感。如何迎合呢?需要营销经理了解各种各样的知识,在客户聊及的话题中迅速找到切入点,与客户产生共鸣,获得客户的好感,甚至信任,与客户成为朋友,比如社会常识、时政要闻、社会热点等,营销经理需要了解销售所需的其他知识,在与客户交谈时演变成谈话主题,拉近与客户的距离,有助于销售工作的顺利完成。

## 3 提高销售能力所需的专业技能

所谓技能是指个体运用已有的知识经验,通过练习而形成的一定的动作方式或智力活动方式。

### 3.1 抗压能力

销售工作是一份高压工作。这份压力主要来源于以下三点:一是企业对销售任务有很高的要求,营销经理的待遇一般都会与销售业绩挂钩,销售任务完成不好即销售业绩不佳,工资待遇就不乐观,这是营销经理的压力来源之一。二是营销经理的销售业绩都来源于客户单位,所以营销经理的日常工作就是与客户单位打交道,通过自身努力去获得客户单位的订单,与客户单位打交道是一份高压工作,如果遇到通情达理的客户,相对比较简单,某些较为挑剔的客户单位对咨询培训的要求高,成本控制严苛,一旦无法满足客户需求而产生投诉,对营销经理的工作绩效会有负面影响。三是存在内部竞争,抢资源抢客户,这也是压力来源之一,比如培训咨询类企业在服务客户过程中需要占用公司内部资源,师资、住宿、餐饮等,这在公司内部也会有竞争产生。所以营销经理需要有较好的抗压能力,将压力转化成动力去完成公司的业绩,才会有更好的待遇,只有调整心态、学好抗压,才能在销售工作中游刃有余。

### 3.2 团队合作能力

现实中很多培训咨询类销售工作仅靠个人是无法完成的,它需要团队成员的共同努力才能完成销售任务。比如咨询类项目,这类项目一般都有时间期限、难度较高等,需要团队协作才能完成,此时营销经理是作为团队的一员来开展工作,必须时刻明白自己在团队中的位置和任务,单凭自身努力还不够,还要注意与团队其他人员的及时沟通和相互配合,协同合作,集思广益,以达到一加一大于二的效果。愈是复杂、大型的培训咨询类的销售,这一趋势更明显,对营销经理团队合作能力的要求也更高。

### 3.3 高效沟通能力

沟通能力是营销经理的基本技能。在销售工作中,必须要有高效的沟通能力,才能顺利拿到订单,完

成销售任务。具体的沟通能力有以下三点,第一是提问能力,提问是探寻客户需要的常用技能,精准的提问能够引导客户单位思考问题所在,增进营销经理与客户之间的交流,引起客户单位的注意,引导客户单位沿着营销经理预想的路径去思考,提高销售成功的概率<sup>[1]</sup>。二是倾听能力,良好的倾听能了解客户单位真实的想法和需求,以便营销经理更好地匹配客户需求,达成协议。三是表达能力,表达能力是销售工作中的重点,当营销经理启发客户思考,探寻客户需求后,就需要营销经理向客户表达自身产品或服务的特点、优势、功能等,让客户单位对营销经理所属的产品或服务产生深刻的印象,购买欲望也会逐步加强,销售成功率也会增高。

### 3.4 学习应变能力

销售工作是一份需要长期充电学习的工作。销售工作一直处在发展变化环境中,销售的产品或服务、客户范围均处在发展变化中,营销经理需要有良好的学习应变能力,才能适应变化的销售工作。学习应变能力主要分为两部分,一是学习能力。营销经理需要保持良好的学习能力,第一要学习上述所要求的四类知识,尤其是营销经理所在企业提供的产品或服务的相关知识,比如培训咨询类企业每年的产品或服务都会变化升级,营销经理需要保持学习,不断更新知识储备;第二是要学习提高自身技能,比如考证、外出进修、提升学历等,以提高技能胜任销售工作。二是应变能力。在销售工作中,肯定会遇到各种各样的问题,如果应对不及时,将会影响销售工作的开展,所以营销经理需要有良好的应变能力,例如当客户方比营销经理更了解产品或行业知识,当客户单位直接贬低产品或服务的质量和性能时,营销经理只有具备良好的灵活应变能力,才能化解各种意外情况,打消客户单位的疑虑。而灵活应变能力的培养,断非一日之功,需要营销经理长期地有计划地努力和积累。

## 4 总结语

销售工作既是一份很有挑战性的工作,也是一份能够给人带来成就感的工作。营销经理要具备专业的态度,储备所需要的知识,掌握必备的技能,学会和客户建立信任关系,长期合作,互利共赢,才能将销售能力提高到更好的层次,获得更高的成功。

## 【参考文献】

[1]国务院办公厅.关于印发职业技能提升行动方案(2019—2021年)的通知[EB/OL].[http://www.gov.cn/zhengce/content/2019-05/24/content\\_5394415.htm?trs=1](http://www.gov.cn/zhengce/content/2019-05/24/content_5394415.htm?trs=1), 2019-05-24.

(下转第 119 页)

活动进行宣讲与传播,起到典型示范作用,鼓舞广大师生,营造良好的舆论环境。第二,发挥辅导员、班主任的引导作用,加强学生心理辅导。一方面,高校应及时开展知识宣讲,引导学生面对突发公共事件时采取正确的措施。例如高校辅导员通过QQ、微信等网络社交平台,向班级同学发放权威消息手册,及时传递正确的知识。另一方面,高校要开设师生互动窗口,加强对学生的心理引导。在突发公共事件中,互动是学生缓解心理焦虑的一种方式,能让学校了解到学生的心理状态,有利于学校进行舆情引导。第三,构建新媒体传播矩阵,把控网络舆情的监管<sup>[10]</sup>,全方位传播正能量。在内容的规划上,高校要开设相应的宣传栏目,将相关的应对之策进行重点宣传。同时高校可以结合事件的发展阶段进行议程设置,引导师生的言论表达。在传播渠道上,高校应利用自有媒体与外部媒体进行全媒体宣传,运用微信、抖音、微博等新媒体形成宣传合力,加强舆情引导。

总之,在新媒体时代,面对突发公共事件,高校加强舆情管理机制建设面临挑战的同时,也蕴藏着新的建设路径。高校可以从制度制定、舆情应对、宣传引导等多个角度发力,加强舆情管理机制建设。

## 【参考文献】

- [1]刘影,王伟,尚明生,唐明.复杂网络上疫情与舆情的传播及其基于免疫的控制策略[J].复杂系统与复杂性科学,2016(1):74-83.
- [2]支振锋.疫情中的舆情治理要有新思维[EB/OL].<http://www.rmlt.com.cn/2020/0226/570248.shtml>,2020-02-26.
- [3]中国互联网络信息中心.第45次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL].[http://www.cac.gov.cn/2020-04/27/c\\_1589535470378587.htm](http://www.cac.gov.cn/2020-04/27/c_1589535470378587.htm),2020-04-28.
- [4]董洪哲.理性情绪疗法视角下新型冠状病毒肺炎公共危机事件的网络舆情治理[J].医学与社会,2020(5):105-110.
- [5]陆高峰,陆玥,马文良.5G给新闻传播业带来的影响与思考[J].新闻论坛,2019(3):30-34.
- [6]陈志勇,詹红燕.高校网络舆情的演变过程及治理路径[J].高校共青团研究,2019(4):2-7.
- [7]中共中央编译局.马克思恩格斯文集(第10卷)[M].北京:人民出版社,2009.
- [8]原新利,张琦.大数据为疫情防控提供“智慧支撑”[J].中国电信业,2020(2):16-17.
- [9]邢丹.“管理部门切忌在关键时刻‘失语’”[J].党的生活(黑龙江),2012(06):11-12.
- [10]聂志宇.基于三全育人理念的高校网络育人实践路径研究[J].湖南邮电职业技术学院学报,2020(2):56-58.

(上接第116页)

[2]教育部办公厅等.关于教育支持社会服务产业发展,提高紧缺人才培养培训质量的意见[EB/OL].[http://www.gov.cn/xinwen/2019-10/09/content\\_5437395.htm](http://www.gov.cn/xinwen/2019-10/09/content_5437395.htm),2019-09-05.

[3]徐有智.大中型电子企业销售人员的销售能力分析[J].商业文化,2011(12):190-191.

[4]陆信.提高财产保险销售能力的方法研究[J].时代金融,2018(5):248-250.

[5]牛文娟.物质主义、感知价值对奢侈品消费的影响研究——自主导向与社会导向的中介效应[J].商业经济研究,2018(19):48-50.

[6]王晓玉,晁钢令,万广胜.宏观层面信任水平在消费者对产品危机感知中的作用[J].管理评论,2017(2):208-220.

[7]张潜.提升通信行业企业内训师职业素养的策略研究[J].湖南邮电职业技术学院学报,2017(4):84.