

## 如何计划你的下一步销售行动

在每个复杂的销售过程中，都有那么一些时候，即使经验丰富的销售也会问“我下一步该怎么办？”，这个问题还会引出一些其他问题：我是否应该再找另一位关系人？我是否等着听回信？我是否应该发封电子邮件提醒客户？我是否应该再提供一些信息？

这些都是错误的问题。每个交易都有它的自然规律，但是对于不同的客户就有不同的规律。要了解下一步该怎么做，你必须评估下一步在客户那边将会发生什么，并且知道你已经做了什么，现在还能做哪些事来影响这些事件。

考虑到这一点，这里有六个关键问题。在回答了这些问题以后，你就知道应该把你的销售精力投放在哪：

**问题 1：我该如何理解客户的购买过程？** 如果你不知道接下来会发生什么你就不可能知道下一步该怎么做。例如，如果客户的购买过程要求你约见 CFO 来获得最初的采购，那么现在讨论安装日期就是在浪费时间。

**问题 2：我的销售活动如何帮助客户承诺采取行动？** 如果由客户来推动销售进程，而你只是听候命令，那你的所作所为就没有所谓。不过，如果是你来推动销售进行，你需要知道（和利用）你做了哪些推动销售的工作。

**问题 3：客户已经承诺采取哪些行动？** 一个大的承诺（即购买）总是由之前的几十个较小的承诺促成。客户曾经说过或者做过什么让你认为客户是认真的？这些承诺中的哪些将最终导致采购决策的产生？

**问题 4：客户还没有承诺那些行动？** 在进行最终决策之前，客户的决策流程还要哪些环节？是否还有一个重要会议？是否需要等待财务优先方面的决策？在购买之前还有什么商务问题需要解决？

**问题 5：现在我能如何帮助客户做出下一个承诺？** 假设你置身于客户的购买流程之中，你如何帮助他们达成购买，还需要他们做出那些承诺？现在就找出必须怎样才能让客户承诺进行下一步。

**问题 6：如果客户拒绝承诺我该怎么办？** 即使有客户以前的承诺，现在出现拖延也是合理而且适当的。但是如果客户不肯承诺，你就需要一个备用计划。你已经投入了时间；不要让这笔交易石沉大海，你已经离目标不远了。