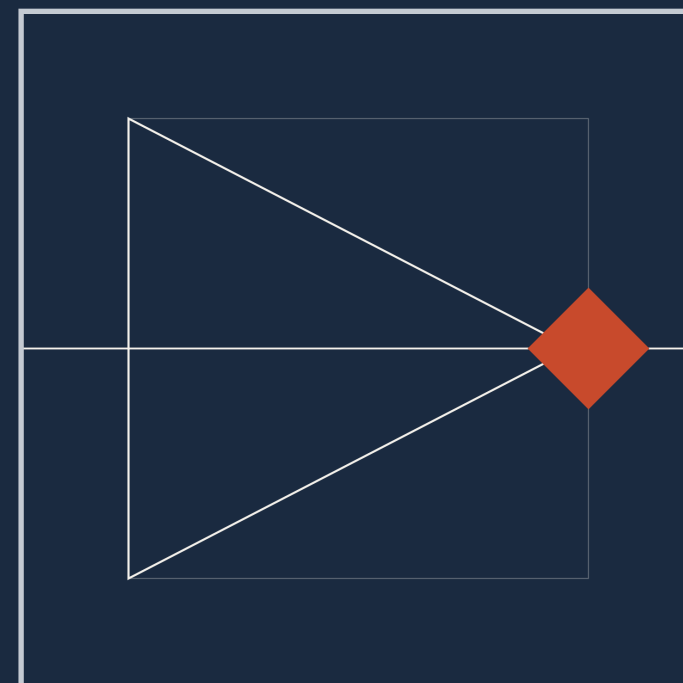


复杂销售规模复制 卡点定位表

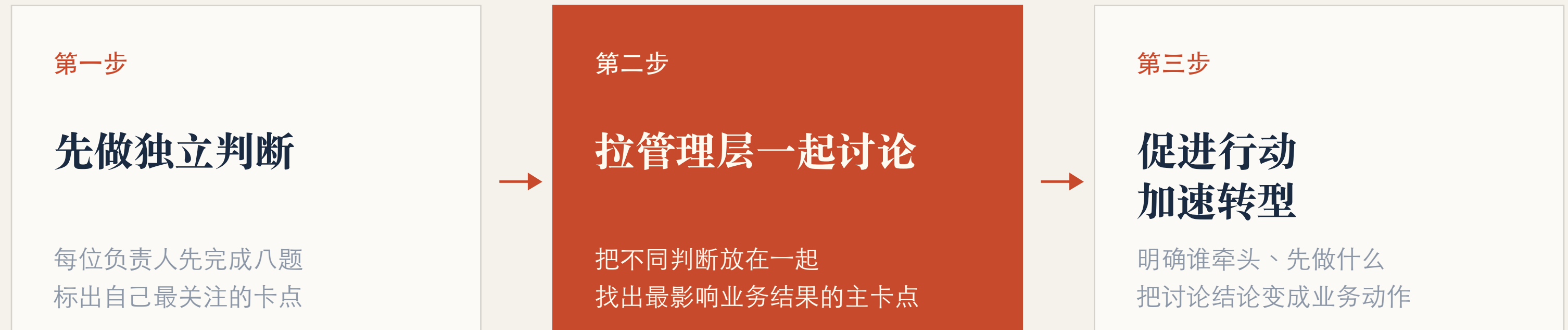
定位复杂销售为什么无法规模复制

CEO / 创始人 / 总经理 / 业务一号位



01 这张表，值得拉管理层一起讨论一次

先做独立判断，再用 45 分钟对齐主卡点，促进行动、加速转型。



用一次管理层对齐会，促进行动、加速关键业务转型

02 复杂销售能赢，为什么还是无法规模复制

真正的难点不只是拿下一个复杂客户，而是让团队持续赢下同

标杆项目复盘不出可复用的赢法

这份表不评估某个销售够不够努力。
它帮助管理层看清：复杂销售为什么仍然只能偶尔赢，无法稳定复制。

换人、换区域、换产品线，打法就断

价值公式和证据材料无法迁移到同类客户

管理会议很多，团队却没有更会打复杂销售

规模复制不是加人、加会、加关系，而是把复杂销售变成组织能力。

03 复杂销售规模复制的六个升级点

这六个升级点，来自第一篇销售工程学总论：把复杂客户增长从个人经验变成组织能力。

建立核心共识

对决策、影响、风险、价值与路径形成同一张客户地图。

判断切入层级

找到最容易验证结果、形成向上推荐的价值起点。

规划向上路径

从最终合作目标反推项目层到更高层级的推进证据。

设计双轨价值

既讲本层关键人的价值，也准备他向上汇报的价值。

处理组织博弈

让推动方有动力、风险方有安全感、执行层愿意配合。

形成销售动作表

把判断落成可训练、可复盘、可复制的全流程动作。

04 八题定位：复杂销售为什么无法规模复制

赢法不清

1. 能否把标杆项目拆成可复用的客户、场景、决策、价值与动作逻辑？
2. 管理层能否说清：团队赢在哪里、输在哪里，而不只归因于个人能力？

资产不足

3. 是否清楚哪些客户、场景和决策特征最值得被复制？
4. 是否沉淀了可迁移的价值公式、证据材料和案例资产？

动作未标准

5. 是否有各阶段的销售动作、关键证据与承诺标准？
6. 新人、跨区域或跨产品线销售能否据此独立推进？

管理不放大

7. 复盘是否围绕客户判断、证据和动作，而不只是预测数字？
8. 是否能够通过辅导、复盘和数据，让团队持续变强？

每题回答：是 / 否。把答案带进一次管理层讨论。

05 结果解读：规模复制通常卡在四个环节

A 赢法不清

标杆项目为什么赢没有被讲清，团队只能继续依赖少数能人。

B 资产不足

价值公式、证据和案例没有沉淀，同类客户仍要每次从零开始。

C 动作未标准

客户判断没有落成阶段动作和证据标准，销售只能靠临场发挥。

D 管理不放大

复盘、辅导与数据没有形成闭环，经验无法变成组织能力。

先对齐最主要的一类卡点，再用真实客户把它补成可复制的组织能力。

06 看清卡点之后，建立复杂销售规模复制机制

01 选一组对照项目

挑一个标杆项目和一个未能复制的同类项目，避免泛泛讨论体系。

02 拆出可复制的赢法

对齐客户、场景、价值、证据和关键动作，到底什么应被复制。

03 沉淀销售资产与动作

把价值公式、证据材料、案例和阶段动作做成团队可调用的模板。

04 用新场景验证并复盘

让新人、新区域或新产品线实际使用，再通过复盘持续迭代。

目标不是复制一个高手，而是让团队稳定复制复杂销售的赢法。

07 看清卡点之后 让复杂销售开始规模复制

找蔡老师聊一次复杂销售规模复制

拿一个真实客户增长场景，定位为什么能赢却难以被团队持续复制。

战略咨询

基于外部输入与全球最佳实践，推动复杂销售规模复制与经营系统升级。

复杂销售规模复制 战略与落地研讨会

围绕真实场景，形成管理层共识与 100 天行动。

国央企 / 大型集团

复杂决策链解决方案

行业化

复杂经营解决方案

全球化

经营内核与规模复制解决方案



蔡勇老师 · 硅谷蓝图创始人

