

销售培训平台详解

陈安琪

1 平台介绍

这是一个提供给销售经理用于在线拓展销售管理能力的平台，销售经理通过模拟一年四个季度（周期）的客户维护与员工培训决策，得到各季度报告以及最后的综合得分；经过不断的在线训练，提高综合得分，增强决策能力与地区管理能力。

2 报告详解

2.1 代表报告

- 职员成本: 总薪酬
 - 基本薪酬 (预设)
 - 奖金 (与销售指标完成情况相关 curve10)
- 时间分配报告: 工作时间 (预设)
 - 日常事物
 - 产品培训
 - 销售培训
 - 团队会议
 - 医院拜访
- 产品知识: 当期产品知识
 - 上期产品知识的过度值 (curve28)
 - 当期产品培训产生的额外值 (curve26)
- 经验: 当期经验 = 销售代表的累计销售额 (curve11)

- **销售技巧：**当期销售技巧
 - 累计经理随访 * 权重
 - 销售培训经验 (curve43)* 权重
 - 上期经验 (curve44)* 权重
- **动力值：**当期动力值
 - 行政工作 (curve18)
 - 销售指标完成情况 (curve16)
 - 团队会议 (curve15)
 - 销售培训 (curve17)

2.2 经理报告

- **职员成本：**总薪酬 = 所有销售代表薪酬之和
- **时间分配：**总时间分配 (预设)
 - 销售培训
 - 医院拜访
 - 团队会议
 - KPI 分析
 - 战略和周期计划
 - 行政工作

2.3 分配报告 (各医院)

- **计划时间分配：**输入值
- **实际时间分配：**计划时间分配 - 日常事物 (overhead time)

2.4 决策报告 (各医院)

- **总体分配情况：**各医院对应分配的销售代表
- **分级匹配度：**
 - A 级客户分配时间
 - B 级客户分配时间
 - C 级客户分配时间

- D 级客户分配时间
- 总分级匹配度 (各级客户匹配度 * 权重然后求和)
- **决策质量：**当期决策质量 (deployment quality)
 - 行政工作 (curve5)* 权重
 - 分级匹配度 (curve6)* 权重
 - 团队会议 (curve7)* 权重
 - KPI 分析 (curve8)* 权重
 - 战略和周期计划 (curve9)* 权重

2.5 利润贡献 (总体)

- **利润贡献 I(每产品)**
 - 销售数量：潜力销售数量 * (1+volume factore) 与上期 sales performance 相关 curve31
 - 销售额：每件价格 * 潜力销售数量
 - 生产成本：每件生产成本 (预设) * 销售数量
 - 利润贡献 I：销售额-生产成本
- **利润贡献 III(总体)**
 - 生产成本：所有产品生产成本之和
 - 利润贡献 I：销售额-生产成本
 - 其他可变成本：折扣花费 + 推广费用
 - 利润贡献 II：利润贡献 I - 其他可变成本
 - 利润贡献 III：利润贡献 II - 员工薪酬 - 总体行政花销 (预设权重)

2.6 利润贡献 (各医院)

- 销售额
- 生产成本
- 推广费用预算
- 其他可变成本
- 利润贡献 II

2.7 销售报告

- 销售额增长
- 销售额增长率

2.8 市场调研报告

- 商业价值
 - 总销售额
 - 总利润贡献 III
 - 客户关系平均水平
 - 平均销售技巧水平
 - 平均产品知识水平
 - 平均动力值
 - 商业价值 (offer attractiveness) = 客户关系、折扣、销售表现、
- 总市场概述 (各医院)
 - 总销售
 - 总市场份额