

<b>课程类别</b>	技能类	<b>课程名称</b>	《大客户营销实战宝典》	<b>课时</b>	2天
<b>适合对象</b>	大客户销售主管、销售人员				
<b>课程组合</b>					
<b>学习收获</b>	<p>《大客户营销实战宝典》能够为以下问题带来答案：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、如何才能找到购买决策人？</li> <li>2、如何在招投标中避免成为‘陪标者’？</li> <li>3、怎样建立和培养客户内线？</li> <li>4、如何找到客户真正的需求？</li> <li>5、如何设计有吸引力的项目解决方案？</li> <li>6、如何将客户的潜在需求引导转化成为购买行为？</li> </ol>				
<b>课程特色</b>	<p><b>1. 以客户采购决策的形成过程设计销售步骤</b> 当你想要把一项产品或服务卖给你的大客户时，首先要思考的是那个客户为什么会买？本课程从大客户采购流程的角度入手，针对采购流程的每一个阶段，讲解相对应的销售步骤和技巧，是实战型销售培训课程。</p> <p><b>2. 以实战工具将营销技巧与实际工作有效结合</b> 实战宝典当中穿插智慧锦囊、实际案例、工作目标、工作范例、具体话术、管理工具、分析表单等实用工具，做到理论与实际工作相结合，为大客户销售的实际工作提供有效的指导，成为客户经理的工作指南。</p>				
<b>课程内容</b>	<b>课程大纲</b>		<b>课程大纲</b>		
	<p><b>理念导入:聚焦客户：渐进式的营销理念</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>一. 客户采购的要素</li> <li>二. 赢得客户的策略</li> </ol> <p>小组讨论：大客户销售路径图</p> <p><b>第一单元.客户分析；建立客户信息管道</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>一. 收集哪些客户信息</li> <li>二. 怎样收集客户信息</li> <li>三. 信息如何分析处理</li> </ol> <p>小组练习：客户信息视图分析</p> <p><b>第二单元.建立信任：培养互赖客户关系</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>一. 内线发展的三个阶段</li> <li>二. 培养同盟关系的方法</li> <li>三. 编织金字塔型关系网</li> </ol> <p>案例分析：订单为什么被抢走？</p> <p><b>第三单元.发现需求：发掘分析客户需求</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>一. 什么是客户的需求</li> <li>二. 如何找到客户需求</li> <li>三. 怎样引导客户需求</li> </ol> <p>案例分析：客户的需求在哪里？</p>		<p><b>第四单元.解决方案：设计有价值的产品</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>一. 分析客户的心理：</li> <li>二. 优劣势竞争分析</li> <li>三. 运用优势介绍法：</li> </ol> <p>小组练习：解决方案设计</p> <p><b>第五单元.议价成交：获取客户购买承诺</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>一. 客户议价心理分析</li> <li>二. 报价的技巧和步骤</li> <li>三. 高效议价‘三步曲’</li> </ol> <p>小组演练：价格谈判训练</p> <p><b>第六单元.后续服务：维系深化客户关系</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>一. 客户回访</li> <li>二. 响应服务</li> <li>三. 商机管理</li> </ol> <p>案例分析：大客户投诉处理</p>		
<b>讲师介绍</b>	<p>陈巍老师：中国顶尖客户服务战略管理咨询专家，才博客户管理学院院长、全国服务质量标准化评估委员会委员、首席评审专家，中国商业联合会特聘客户服务管理专家、中国《客户服务质量管理师》资格认证项目的首席认证导师。三一重工服务战略顾问、狮王教育集团服务战略顾问。</p> <p>陈巍老师一直致力于企业服务战略及管理的研究、咨询和培训工作，对于企业服务战略、服务体系建</p>				

**绍** 设、服务流程优化、服务品牌创建有着丰富的实战经验，对于服务战略、运营管理有着深入的研究和独到的见解。并得到中国航空、万科地产、中国移动、宝马中国、腾讯公司、招商银行、国信证券、中国人寿、海尔集团、三一重工、沃尔玛等标杆企业管理者的普遍接受和认同。