

## 《大客户营销实战宝典》

**培训对象：**大客户销售主管、销售人员

**培训课时：**2天

**课程特色：**

《大客户营销实战宝典》能够为以下问题带来答案：

- 1、如何才能找到购买决策人？
- 2、如何在招投标中避免成为‘陪标者’？
- 3、怎样建立和培养客户内线？
- 4、如何找到客户真正的需求？
- 5、如何设计有吸引力的项目解决方案？
- 6、如何将客户的潜在需求引导转化成为购买行为？

1. 以客户采购决策的形成过程设计销售步骤

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。

2. 以实战工具将营销技巧与实际工作有效结合

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。

**课程大纲：**

理念导入:聚焦客户：渐进式的营销理念

一.客户采购的要素

二.赢得客户的策略

小组讨论：大客户销售路径图

第一单元.客户分析;建立客户信息管道

一. 收集哪些客户信息

二. 怎样收集客户信息

三. 信息如何分析处理

小组练习：客户信息视图分析

第二单元.建立信任：培养互赖客户关系

一.内线发展的三个阶段

二.培养同盟关系的方法

三.编织金字塔型关系网

案例分析：订单为什么被抢走？

第三单元.发现需求：发掘分析客户需求

一.什么是客户的需求

二.如何找到客户需求

三.怎样引导客户需求

案例分析：客户的需求在哪里？

第四单元.解决方案：设计有价值的产品

一.分析客户的心理：

二.优劣势竞争分析

三.运用优势介绍法：

小组练习：解决方案设计

第五单元.议价成交：获取客户购买承诺

一.客户议价心理分析

二.报价的技巧和步骤

三.高效议价‘三步曲’

小组演练：价格谈判训练

第六单元. 后续服务：维系深化客户关系

一.客户回访

二.响应服务

三.商机管理

案例分析：大客户投诉处理