
大客户的开发与维护

-----鲍英凯

前言：大客户管理的概述和发展

- 什么是重要客户
- 为什么进行大客户管理
- 什么是大客户管理
- 大客户管理发展模型及阶段
- 区域运作模型

第一章 针对大客户的销售流程

一. 现代大客户采购流程分析

1. “谢绝推销”的启示
2. 客户关心的是什么
3. 研究客户购买流程

二. 客户满意式销售流程

案例分析：美国戴尔计算机公司的成功

1. 建立客户满意式销售流程的思路
2. 客户满意式销售流程分析

第二章 针对大客户的销售模式

一. 调查结论：大客户销售人员的业绩是天份吗？

1. 成功销售人员的特点
2. 成功销售人员的突出技能：四个善于
3. 性情论批判

二. 影响大客户销售业绩的六大因素分析

三. 建立高绩效的大客户销售模型

第三章 针对大客户的 SPIN 顾问式销售方略

一. 传统销售线索和现代销售线索

二. 什么是 SPIN 提问方式

三. 封闭式提问和开放式提问

四. 如何起用 SPIN 提问

五. SPIN 提问方式的注意点

第四章 如何了解或挖掘大客户的需求

引言：赢得客户信任的第一步——客户拜访

一. 初次拜访的程序

二. 初次拜访应注意的事项：

三. 再次拜访的程序：

四. 如何应付消极反应者

五.要善于聆听客户说话

- 1.多听少说的好处
- 2.多说少听的危害：
- 3.如何善于聆听

六.了解或挖掘需求的具体方法

- 1.客户需求的层次
- 2.目标客户的综合拜访
 - 3.销售员和客户的四种信任关系
 - 4.挖掘决策人员个人的特殊需求

第五章 如何具体推荐产品

一.使客户购买特性和产品特性相一致

二.处理好内部销售问题

三. FABE 方法的运用

四.推荐商品时的注意事项

- 1.不应把推销变成争论或战斗
- 2.保持洽谈的友好气氛
- 3.讲求诚信，说到做到
- 4.控制洽谈方向
- 5.选择合适时机
- 6.要善于听买主说话
- 7.注重选择推荐商品的地点和环境

五.通过助销装备来推荐产品

六.巧用戏剧效果推荐产品

七.使用适于客户的语言交谈

- 1.多用简短的词语
- 2.使用买主易懂的语言
 - 3.与买主语言同步调
 - 4.少用产品代号
- 5.用带有感情色彩的语言激发客户

第六章 排除妨碍的有效法则

一.对待障碍的态度

二.障碍的种类

三.如何查明目标客户隐蔽的心理障碍

四.排除障碍的总策略

第七章 如何做好大客户的优质服务

一.优质服务的重要性

二.四种服务类型分析

三.如何处理客户的抱怨和投诉

- 1.客户投诉的内容
- 2.处理客户不满的原则和技巧

第八章 大客户销售人员的自我管理和修炼

一.时间分配管理

二.成功销售人士的六项自我修炼

1. 建立在原则基础上的自我审视的修炼
2. 自我领导的修炼
3. 自我管理的修炼
4. 双赢思维人际领导的修炼
5. 有效沟通的修炼
6. 创造性合作的修炼

结束语：伟大的职业，充实的人生