

客情关系管理

➤ 课程背景

企业销售的业绩来自于销售人员。而销售人员的业绩徘徊不前，80%的原因是因为心态和专业技能的缺乏而导致的。客户的忠诚度决定了其业绩的稳定性，而销售人员的工作满意度和专业度又影响到客户的满意度。要想取得好的销售业绩，销售人员必须学会，如何在总结经验的同时，以空杯心态来打破旧有的思维模式，保持旺盛的工作状态，同时不断的提升自己在大客户的寻找，开发，签单和维护方面的专业技能。

本课程的重点在于，让销售人员认识到，固有的思维模式对高速提升销售业绩是不利的。同时本课程还将帮助销售人员开拓思维，树立起良好的心态，整理销售经验和方法，指导未来的销售工作，提高自己的销售业绩。

➤ 课程收益

- ◆ 打破旧有思维模式，迅速提升业绩
- ◆ 充分掌握大客户的采购决策行为
- ◆ 锁定大客户的需求
- ◆ 掌握大客户销售方法，并逐步更新自身的销售观念
- ◆ 掌握技巧，用于实践，通过大客户销售方法，快速提升销售业绩

➤ 本课程的适合人员

销售人员，销售主管，营销主管，服务人员，售前人员，总经理等。

➤ 课程时间

1 - 3 天

➤ 课程大纲

1. 高速成长时代的市场机遇与挑战

- ◆ 个人、家庭市场与机构大客户市场的销售模式的区别
- ◆ 中国大客户市场的现状与未来
- ◆ 客户生命周期经营
- ◆ 全面客户经营体系

2. 文化特质决定采购行为

- ◆ 中国文化特质的独特性
- ◆ 大客户采购行为的独特性
- ◆ 中国客户的公私观念
- ◆ 中国客户的为人处事
- ◆ 中国客户的沟通习惯
- ◆ 中国客户的思维方式
- ◆ 中国客户的应变能力
- ◆ 中国客户对制度态度

3. 打造客户关系管理专家

- ◆ 大客户销售的工作职责
- ◆ 四种习惯、四种命运
- ◆ 四面楚歌的压力
- ◆ 影响业绩的主要原因
- ◆ 散单销售 VS 大客户销售
- ◆ 大客户销售人员成功的五项修炼

4. 大客户潜在阶段关键点控制

- ◆ 市场定位与大客户特征分析
- ◆ 理想的客户形式
- ◆ 发现潜在客户

- ◆ 大客户背景调查
- ◆ 客户关键人物角色分析
- ◆ 客户个性识别
- ◆ 带着价值约见客户
- ◆ 注意第一印象
- ◆ 识别客户情绪
- ◆ 善用社交礼物
- ◆ 拜访沟通技巧
- ◆ 重点信息收集
- ◆ 拜访后总结

5. 大客户意向阶段关键点控制

- ◆ 销售机会评估
- ◆ 加强客户关系
- ◆ 需求动力模型
- ◆ 发掘客户痛点
- ◆ 发掘客户利益点
- ◆ 调研技巧
- ◆ 方案演示技巧
- ◆ 典型客户参观流程技巧
- ◆ 公司参观技巧

6. 大客户方案阶段关键点控制

- ◆ 竞争对手分析与竞争力评估
- ◆ 硬性指标比较
- ◆ 软性指标比较
- ◆ 采购引导
- ◆ 招投标流程

7. 大客户谈判成交阶段关键点控制

- ◆ 项目投标准备

- ◆ 报价与联合投标技巧
- ◆ 项目投标现场管理
- ◆ 谈判报价技巧
- ◆ 成交后的工作