

集团与行业客户营销策略

➤ 课程背景

动荡和不可预见的变化是当今社会的主题

经济危机的影响在中国逐渐显现出来，沿海城市务工人员大量返乡，就业机会减少，手机离网率增加，单用户消费值（ARPU）减少，新增用户速度下降，渠道代理进货量锐减……

这一系列的变化都在挑战着当今的移动行业。

在高度竞争和快速变化的环境中，速成的办法再也无法解决问题，细微的改变也产生不了多大的作用，只有那些致力于建立坚实基础、良好的文化、培养出高效能员工的企业或组织才能稳定成功地达到目标。

身处充满激情的市场，谋势成局，商战攻防，每时每刻财富都在诞生，汹涌暗流与危机接踵而来。

随着经济的快速发展，运营商的盈利模式较过去有了结构性的变化，且高端客户业务已逐渐成为行业利润率最大的贡献者，因此，培养针对高端客户业务的专业化顾问式行销人才，是运营商实现利润重大突破并获得竞争优势的必要因素，传统的被动式签单销售模式必将演变成顾问式销售模式。

《集团与行业客户营销策略》的重点在于，让客户经理认识到，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客户经理开拓思维，树立起良好的心态，整理营销经验和方法，指导未来的营销工作，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
- ◆ 充分掌握行业客户的采购决策行为
- ◆ 锁定行业客户的需求
- ◆ 掌握行业客户的顾问式销售方法，并逐步更新自身的销售观念
- ◆ 掌握技巧，用于实践，通过顾问式销售方法，快速提升销售业绩

➤ 本课程的适合人员

运营商集团与行业客户经理

➤ 课程时间

2天

➤ 第一部分 行业客户与顾问式销售

1. 什么是行业客户

- ◆ 行业客户的关键特征
- ◆ 行业客户的生命周期
- ◆ 行业客户销售的特殊性
- ◆ 行业客户销售链
- ◆ 行业客户顾问式销售应具备的咨询能力
- ◆ 谁是行业客户？
- ◆ 行业客户经理在沟通中的不良表现

2. 行业客户特征分析

- ◆ 金融行业
 - ◆ 银行
 - ◆ 保险
 - ◆ 证券
 - ◆ 基金
- ◆ 交通行业
 - ◆ 公交
 - ◆ 出租
 - ◆ 长途客运
 - ◆ 长途货运
 - ◆ 铁路
 - ◆ 民航
- ◆ 电力行业
 - ◆ 电厂

- ◆ 电网
- ◆ 医疗行业
 - ◆ 卫生局
 - ◆ 医院
 - ◆ 医疗器械
- ◆ 教育行业
 - ◆ 教育局
 - ◆ 高等院校
 - ◆ 义务教育
 - ◆ 民办学校
 - ◆ 幼儿园
- ◆ 石化
- ◆ 水利
- ◆ 制造业
- ◆ 电子制造
- ◆ 军工、军工
- ◆ 农林牧渔业
- ◆ 零售、批发行业
- ◆ 建筑业房地产业
- ◆ 政府机构
- ◆

3. 行业客户顾问式销售技术

- ◆ 行业客户市场开发应该重点考虑以下关键环节
- ◆ 运营商对行业客户明确清晰的价值定位
- ◆ 规模对行业客户需求的深刻影响
- ◆ 不同行业行业客户对不同应用方案的侧重
- ◆ 如何对行业客户进行市场细分
- ◆ 客户需求的深层次挖掘
- ◆ 如何以企业管理与运作为线索对行业客户需求进行梳理
- ◆ 行业客户经理如何发掘客户的利益点

➤ 第二部分 行业客户营销的关键 – 天、地、人

4. 天 – 高速成长时代的市场机遇与挑战

- ◆ 世界经济圈的形成
- ◆ WTO – 与狼共舞
- ◆ 变局 – 3G 的市场机遇与挑战
- ◆ 营销 – 行业客户争夺战

5. 地 – 中国式，文化特质决定采购行为

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

6. 人 – 打造行业客户营销专家

- ◆ 行业客户经理的心态调整与习惯建立
- ◆ 客户经理的工作重点
- ◆ 客户经理的时间管理
- ◆ 客户经理的五项修炼
- ◆ 客户经理的工作内容
- ◆ 客户经理的角色转换与发展目标

➤ 第三部分 行业客户销售流程

7. 客户挖掘五步法

- ◆ 第一步 选择市场
- ◆ 第二步 发现潜在客户
- ◆ 第三步 客户背景调查
- ◆ 第四步 接近约见
- ◆ 第五步 加强关系

8. 闻“香”识客户

- ◆ 如何发现潜在的客户
- ◆ 客户背景调查
- ◆ 销售的 CUTE 理论
 教练(Coach Buyer)
 用户(User Buyer)
 技术把关者(Technical Buyer)
 关键决策者(Economical Buyer)

9. 客户行为处事风格分析

- ◆ 人的行为处事风格类型
- ◆ 人的行为处事风格特征
- ◆ 如何与不同行为处事风格的客户打交道
- ◆ 如何打动一把手

10. 行业客户关系销售策略与技巧

- ◆ 行业客户采购特点
- ◆ 客户关系种类
 亲近度关系
 信任度关系
 人情关系

- ◆ 提升客户关系四种策略
 - 建关系（目的建立良好沟通气氛）
 - 做关系（目的加深良好关系）
 - 拉关系（目的加满良好关系）
 - 用关系（目的运用优势关系资源）

➤ 第四部分 行业客户销售技术

11. 销售流程以及销售工具的使用

- ◆ 掌握销售流程，识别销售机会
- ◆ 客户采购各个流程中的工具使用
- ◆ 各种销售专业工具分析
- ◆ 利用需求动力模型掌控销售工具的使用

12. FABE 产品介绍技巧

- ◆ FABE 是什么
- ◆ 如何做 FABE
- ◆ F-features
- ◆ A-advantages
- ◆ B-benefits
- ◆ E-evidence
- ◆ 如何让 FABE 更有效

13. 影响力销售工具——SPIN

- ◆ SPIN 是什么
- ◆ 如何使用 SPIN
- ◆ 背景问题
- ◆ 难点问题
- ◆ 暗示问题
- ◆ 需求 - 效益问题

- ◆ 如何让发问产生销售机会

14. 专业演示技巧

- ◆ 专业演示礼仪
- ◆ 销售演示前的准备
- ◆ 塑造有说服力的印象
- ◆ 利用视觉方法加强客户印象
- ◆ 后续跟进技巧

➤ 第五部分 行业客户专业谈判技巧

15. 谈判必要准备工作

- ◆ 明确谈判的目标
- ◆ 谈判人员的心态
- ◆ 报价策略
- ◆ 评估自己的谈判实力与地位
- ◆ 谈判议题安排策略
- ◆ 谈判人员配合策略
- ◆ 谈判风格塑造

16. 谈判成交策略

- ◆ 让步策略
- ◆ 让步三要素
- ◆ 让步底线控制
- ◆ 谈判友好结束策略
- ◆ 谈判以执行目标
- ◆ 不要独家全赢

17. 招投标技巧

- ◆ 招标形式

- ◆ 招标前准备
- ◆ 应标须知
- ◆ 标书撰写
- ◆ 报价技巧
- ◆ 招标现场控制
- ◆ 联合投标技巧
- ◆ 未中标后续工作
- ◆ 中标后的跟进工作

➤ 第六部分 跟进与辅导

跟进与辅导是培训效果落地的关键步骤。利用一天的实战演练，让大家体会培训中的关键点如何在真实的环境中使用，现场演练，讲师现场辅导，效果提升看得见！跟进与辅导为可选内容，可以选择教室内模拟与现场辅导其中的一种。

18. 教室模拟

- ◆ 建立虚拟客户采购团队
- ◆ 由学员一步一步与客户接触
- ◆ 与竞争对手进行遭遇战
- ◆ 让学员体会现实中竞争的残酷
- ◆ 帮助学员掌握行业客户突破的关键点

19. 现场辅导

- ◆ 选出特定学员
- ◆ 选出特定客户
- ◆ 教师随学员拜访客户
- ◆ 全程拜访录音
- ◆ 拜访结束后分析与总结
- ◆ 根据分析结果对学员进行进一步辅导
- ◆ 保证学员迅速提升真实环境中的客户突破能力