

---

# 《实效大客户开发与维护技能提升训练营》

主讲：崔自三

**破冰游戏：**分组：队长、队名、口号、队歌  
培训结束，评出优胜组、先进个人，并进行奖励

## 一、谁是我们的大客户？

- 1、为什么要开发大客户？
- 2、大客户分布在哪里？
- 3、创立多长时间？
- 4、谁是核心人物？
- 5、客户经营什么业务？
- 6、客户经营状况如何？
- 7、用量及频次是多少？

## 二、大客户开发操作要点与技巧

- 1、拜访前的准备
  - A、资料准备  
√小技巧：制作活页文件夹
  - B、仪容准备
  - C、心理准备
- 2、确定拜访目标对象
- 3、如何找到大客户里面的 Key man?
- 4、大客户约访技巧
  - √大客户约访的必要性
  - √电话约访前的准备
  - √电话约访原始记录表
  - √突破秘书过滤的两个方法
  - √电话约访要领
  - √电话约访作业流程
  - √电话约访常见异议及其处理
- 5、拜访客户的时间选择
  - A、在客户繁忙的时间拜访是最大的失误
  - B、在客户心情比较好的时候
- 6、拜访客户的语言技巧：学会赞美  
活动：赞美的要点

### 链接一：如何让客户接受你——销售中接近客户的技巧？

- √奉承法
- √帮忙法
- √利益法
- √好奇心法
- √引荐法
- √寒暄法

---

### 三、开发当中如何与客户进行沟通？

- 1、用案例说服
- 2、帮客户算账
- 3、ABCD介绍法
- 4、示范
- 5、使用证明材料
- 6、倾听
- 7、提问

#### 链接：

- 1、沟通当中，如何巧妙给政策？
  - √给政策要用加法
  - √给政策要学会创造困难
- 2、沟通核心要点：风格模仿、达成共识

### 四、大客户开发谈判策略

- 1、业务谈判的目的
- 2、业务谈判的八个方面
- 3、客户的异议处理
- 4、与客户达成交易的时机把握

### 五、合约缔结

- 1、合约签订的内容
- 2、合约签订的注意事项

### 六、总结评价

- 1、为什么要进行总结和评价
- 2、总结和评价的方法

### 七、大客户建档

- 1、建档的原则
- 2、建档的内容

### 八、有效的客户激励策略

- 1、“激励不相容”理论
- 2、激励原理
- 3、激励技巧
- 4、为大客户提供增值活动
- 5、激励的五大要点

### 九、新形势下渠道商管理

- 1、渠道商日常管理的六项基本工作
    - √采用合理的通路结构
    - √指导通路发货
    - √协调出货价格
    - √协助搞好终端客情关系
    - √提供有效的培训
    - √做客户的营销顾问
- 案例剖析：渠道商管理：胡萝卜加大棒

### 十、新形势下，如何调动渠道商的积极性提升市场业绩？

---

## 1、找到影响渠道商积极性的主要因素

- √利益驱动程度
- √厂商间的客情关系
- √销售人员能否在工作中充当客户经济顾问和参谋

故事：王永庆卖大米

## 2、根据渠道商发展阶段及其需求制定激励政策

- √渠道商发展的三个必经阶段
  - √不同阶段的不同需求
- 故事：乔斯抢劫银行故事的启示
- √“激励不相容”理论

## 3、如何巧妙激励渠道商？

- √马斯洛原理：人的五层需求
- √用马斯洛原理来分析渠道商
- √为渠道商提供最大化的增值活动

## 4、渠道商激励的五要点

### 十一、如何做好客户客情关系？

头脑风暴：有多少方法可以做好客情？请具体列出来？

- 1、常规性周期性的客情维护
  - √周期性的情感电话拜访及其注意事项
  - √周期性的实地拜访及其注意事项
- 2、重大节假日客情维护
  - √贺词载体的选择
  - √贺词内容的确定
  - √道贺要亲历亲为
- 3、重大营销事件发生时客情维护
- 4、个人情景客情维护
  - √生日
  - √非规律性重大喜事
  - √非良性意外事件

故事《蒋介石善做生死文章》

- 5、“多管闲事”客情维护
  - 6、重大环境事件客情维护
  - 7、销售人员的个性客情维护
  - 8、客情最高境界：经商不言商
  - 9、客情打造关键：细节要到位
- 案例：生日祝福案例比较分析