

---

# 《大客户营销策略十把飞刀》

## 课程背景：

您拥有着一支超强的销售团队，还是一支超强的销售团伙？？？

为什么业务人员屡屡受挫？为什么在主管看来可以轻松处理的问题，而业务员总是会遇到各种各样的障碍？随着客户的专业化程度越来越高，企业梦寐以求的可以主导客户的专家级销售人员已经越来越少。如何才能迅速缩短销售人员与客户决策人之间的经验差距？如何才能使销售人员在与客户的洽谈过程中处于优势地位？《大客户营销策略-十把飞刀》为您带来新的思维方式和模式……

## 培训目的：

- ☆掌握大客户开发的策略，提高大客户销售的技巧和能力
- ☆了解区域市场分析和管理工作，学习开发区域的计划和实施步骤
- ☆了解品牌攻略及终端策略对企业区域市场开发的推进作用
- ☆能有效的对大客户进行管理并建立起良好的合作关系
- ☆掌握科学的企业销售管理体系，收集和分析竞争对手信息牢牢占领市场
- ☆识别大客户需求，发展教练，提高与高层客户的战略对话能力
- ☆教会学员如何在[大客户销售](#)中巧妙规避、克服各种销售陷阱和突破销售瓶颈

**培训对象：**销售经理、业务人员

---

**课程时长：**（2天）

**课程收益：**

- ※ 掌握大客户开发的策略，提高大客户销售的技巧和能力
- ※ 了解区域市场分析和管理工作，学习开发区域的计划和实施步骤
- ※ 了解品牌攻略及终端策略对企业区域市场开发的推进作用
- ※ 能有效的对大客户进行管理并建立起良好的合作关系
- ※ 掌握科学的企业销售管理体系，收集和分析竞争对手信息牢牢占领市场
- ※ 识别大客户需求，发展教练，提高与高层客户的战略对话能力
- ※ 教会学员如何在大客户销售中巧妙规避、克服各种销售陷阱和突破销售瓶颈

**课程大纲：**

**上篇：战备布局——大客户营销的概念和作用**

**第一步 5W1H 管理思维**

- 一、Why——为什么干这件事？（目的）
- 二、What——怎么回事？（对象）
- 三、Where——在什么地方执行？（地点）
- 四、When——什么时间执行？什么时间 完成？（时间）
- 五、Who——由谁执行？（人员）
- 六、How——怎样执行？采取那些有效 措施？（方法）

**第二步 找准你的大客户**

- 一、为什么大客户如此重要？

- 
- 二、大客户的重要意义
  - 三、什么样的客户算大客户？
  - 四、什么是 3A 准客户？
  - 五、什么样的客户是潜在大客户？
  - 六、如何找到目标 KA
  - 七、大客户营销特点与周期
  - 八、大客户由谁来开发？
  - 九、如何开发大客户？

## **中篇：进攻策略——大客户开发的十把飞刀**

### **第一把飞刀 销售漏斗图，增加成交几率**

- 一、销售漏斗图
- 二、KA 成交公式

### **第二把飞刀 工具准备，快速成交**

- 一、如何走出信息孤岛
- 二、最实用客户软件推荐
- 三、基本拜访工具
- 1、长期的准备
- 2、道具准备
- 3、五封信敲开了千万大门
- 4、准备工作阶段

### **第三把飞刀 挖出四种关键人**

- 一、四种不可忽视的关键人

---

□决策人——经济买家

□技术把关者——技术买家

□使用者——使用买家

□教练——内线，向导，指南针

二、什么人可以做教练？

#### **第四把飞刀 找到买点和卖点**

一、买点和卖点

1、买点是从私的，感性的

2、卖点是从公的，理性的

#### **第五把飞刀 SPIN 发问，锁定成交**

一、开放型

二、封闭型

三、高获得型问题

四、SPIN:问的秘诀

1、状况询问/背景询问

2、问题询问/难点询问

3、暗示询问

4、需求满足询问/效益满足询问

5、网状激活系统

五、Listening - 倾听技巧与观察

#### **第六把飞刀 FFAB 讲解产品**

一、Presentation - FFAB 技巧

---

二、FFAB 与需求

三、产品介绍及 FFAB 转换

四、Presentation - FFAB 展开

### **第七把飞刀 意愿图导航**

一、如何开发需求

二、反对/拒绝产生的原因

三、钟摆原理

四、帮助客户建立认知图像

五、大客户营销是什么？

### **第八把飞刀 简短提炼，记忆成交**

一、如何让客户第一次就记住你？

二、心锚大法（一）——种怪树

三、如何一分钟说清产品？

四、一分钟有多长？

五、如何提炼产品卖点？

六、产品的五个层次

### **第九把飞刀 重复 21 次成交**

一、心锚大法（二）——反复唠叨

二、重复多了，就是真理

### **第十把飞刀 团队分工成交法**

一、个人销售全能有什么问题？

二、从目标管理到过程管理

---

三、团队分工：笨蛋也能做大单！

## 下篇：守城策略——牢牢守住大客户

一、怎么牢牢守住老客户呢？

二、培养内部支持者

三、培养内部支持者：粉丝团

四、与组织建立稳固关系

五、与关键人物建立稳固关系

六、客户满意度与忠诚度

七、影响顾客满意度的主要因素

八、你用什么办法防御竞争？

九、客户要拜访多少次？

十、成交必备：三相信