
大客户营销经理培训

培训对象

中层管理者

课程收获

大客户营销经理培训

课程大纲

客户关系管理 (CRM)

- 客户满意度与客户忠诚度
- 基于 CRM 的市场与顾客细分

产品与服务认知

- 产品认知
- 核心竞争力分析
- 市场竞争态势的 SWOT 战略分析

优势销售模式

- 竞争策略分析
- 顾客认知
- 准客户寻找 16 法
- 销售策略与计划设计
- 销售对象的角色识别
- 面对不同对象的卖点设计
- 提供满意的解决方案
- 获取承诺、促进成交的技巧

第一下午：

专业销售技巧

- 如何面对客户高层领导
- 专业销售人员应具备的四项核心技能
- 探知客户的需求与需要
- 以客户为核心的顾问式销售模式简介
- 专业销售拜访九步骤
- 销售话术——异议处理技巧

谈判过程及策略技巧

- 前期准备阶段
- 中期进行阶段
- 后期工作
- 谈判策略
- 谈判技巧
- 议价的策略与技巧

销售团队建设

- 重建成功销售团队的九个步骤提升团队效率
- 大客户经理销售核心技能及集团客户关系管理

课程大纲：

第一天 上午：

- 当前存在的问题清单
- 集团客户销售与管理工作中的问题清单
- 大客户经理心态上存在的问题
- 积极心态与消极心态对工作的不同影响
- 大客户经理行为上存在的问题
- 大客户经理的角色认知
- 重新认识并细分集团客户及其需求
- 谁是集团客户？
- 今天我们对集团客户的认识误区
- 集团客户需求分析
- 如何认识并了解集团客户的不同需求
- 集团客户有几种细分方法
- 集团客户购买决策过程分析
- 为什么会抗拒？

第一天 下午：

- 针对集团客户的产品与服务
- 对产品的重新认识
- 适用于集团客户的产品（服务）清单
- 与联通的优劣势比较分析
- 竞争优势的建立
- 集团客户关系管理——超越联通的实用方案
- 关系营销的概念
- 客户满意度与忠诚度的认识误区
- 转移成本管理与终身客户价值
- 集团客户关系管理的深层含义
- 集团客户管理模式
- 目前对集团客户量级过程中的误区
- 客户资料变革与数据库修正
- 如何了解集团客户的真实需求
- 如何对集团客户实施有效关怀以带动后期销售
- 实施集团客户关系管理的注意事项
- 评估集团客户关系的方法
- 集团客户关系管理的内容
- 集团客户关系管理成功的关键
- 在资源有限的前提下如何实施有效的客户关怀
- 客户关怀花在新老客户身上的合理比重
- 集团客户销售技巧
- 集团客户销售的基本策略
- 集团客户开发过程中的问题分析
- 如何获取集团大客户资料？
- 什么导致销售失败？
- 第一印象的建立
- 有效沟通的建立与注意事项

第二天 上午：

- 销售前的准备与计划
- 集团客户分析
- 目标及策略设定
- 销售必备的工具
- 销售前准备什么？
- 寒暄问候、打开话题
- 成功的启动三步骤
- 成功的开场白—打开话题的技巧
- 如何赢得客户的好感
- 投石问路—成功的需求调查分析
- 销售中确定集团客户需求的技巧
- 开放式问题与封闭式问题
- 情境型问题如何更加有针对性
- 问题型问题如何挖掘
- 内含型问题如何深入
- 需要型问题如何展开
- 运用 SPIN 常见的注意点

第二天 下午：

- 显示能力----产品竞争优势分析
- 产品特点、优点、好处
- FAB 分析
- 特点、优点、好处对成单的影响
- 产品卖点提炼
- 如何做产品竞争优势分析
- 如何销售产品的益处
- 获取承诺阶段的战术应用
- 如何发现购买讯号
- 如何达成交易
- 传统收尾技巧的利弊
- 如何判断是否可以开始销售的最后冲刺
- 如何达到双赢成交
- 最后阶段经常使用的战术
- 怎样打破最后的僵局
- 集团客户异议处理
- 常见的集团客户八种异议
- 价格异议处理案例
- 拜访后的分析和总结
- 拜访后的客户分析
- 拜访后的自我总结
- 拜访后的追踪落实