
《大客户销售与关系管理》

【课程背景】

没有成交，谈何销售？成交是营销的终极目的，也是企业生存的命脉。在销售活动中，永远都只有两个硬道理：第一，卖出去；第二，卖上价。课程围绕“成交”这一概念，运用四维成交法，展开大客户销售与客户关系管理，招招紧扣成交，招招落到实处。其目的就在于帮助销售人员切实练好基本功，拒绝失败的借口，真正做到用业绩说话，同时也有力地解决企业中普遍存在的“中场盘带过多，欠缺临门一脚”的问题。方法重于理论，易学、易复制。课程特色：实战、有效、会做——成交才是硬道理！

【课程时长】

1天

【受众对象】

企业营销与销售人員，客户经理

【课程大纲】

第一篇：销售接洽实务——一网打尽

一、找出系铃之人，一网打尽成交

- 1、做职业选手，拴住大客户
- 2、运用四维成交法，认清四大影响力人物
- 3、用心体会，找出打开成交之门的关键钥匙

二、摸清客户底牌，教练帮助成交

- 1、置身于陌生环境，唯一行动就是寻找指路人
- 2、洞悉人性规律，让教练乐意帮助你

三、防范销售雷区，谨慎才能成交

- 1、不知道销售雷区的危险，则可能全盘皆输

-
- 2、销售中的雷区以及出现的原因
 - 3、认清雷区，端正态度，借力排雷

四、学会人情练达，关系决定成交

- 1、销售是一门人情练达的艺术
- 2、让客户尝到甜点，他们就会吃正餐
- 3、产品与竞争对手差不多，必须在关系上下功夫

第二篇：销售谈判实务——一剑封喉

一、切忌自言自语，对话才能成交

- 1、销售不是说话，而是对话
- 2、如何将句号变成问号

二、锁定拒绝原因，反问引导成交

- 1、销售不怕拒绝，怕的是不懂拒绝的原因
- 2、用理解加反问的方式回应客户的拒绝
- 3、问话提纲助你一剑封喉

三、打开沟通之窗，谈判控制成交

- 1、约哈里窗口，打开心房、照亮心墙
- 2、谈判中的控制策略
- 3、谈判中的注意事项

第三篇：销售策划实务——无敌工具

一、锻造杀手之铜，工具辅助成交

- 1、给客户编程洗脑，销售工具成为关键
- 2、工具准备得越充分，胜利的把握就越大

二、教育驱动营销，培训服务成交

- 1、赢家通吃：把培训办到客户企业里
- 2、做优秀的讲师，让演说促成成交

三、永久记忆行销，文字说服成交

- 1、永久与瞬间的销售策略，打造不同的成败得失
- 2、一封不同凡响的书信，胜过口头的千言万语

四、瞬间完成说明，快字影响成交

- 1、把握市场规律，以动制静，以快制慢
- 2、在潜在客户发出购买信号时，停止介绍，迅速下单

五、培养忠诚客户，抑制对手成交

- 1、看紧客户，拥抱客户，让对手无机可乘
- 2、维护铁定的大客户关系
- 3、以大客户服务为中心的五大方法和技巧

六、把握招标流程，逐环掌控成交

-
- 1、 搞好客户关系，形成良性互动
 - 2、 招投标的流程与细则
 - 3、 掌握九种报价技巧，不以低价换订单

七、 用好三方案例，借力权威成交

- 1、 信任来自于心中的权威和关系的密切
- 2、 改变中间人，使之成为你的忠实拥护者
- 3、 第三方证明所具备的魔力

第四篇：销售心理实务——战胜盲点

一、 把握人性规律，平和面对成交

- 1、 开放自己，战胜盲点，以客户喜欢的方式沟通
- 2、 设定目标，明确就是力量
- 3、 明确需求，将买点和卖点分析透彻

二、 建立意愿图像，自动导航成交

- 1、 发掘内心缘由，建立意愿图像
- 2、 帮助客户把好处想够，把痛苦想透
- 3、 调整好自己，时间能熬出伟大

三、 广交优质客户，量大必有成交

- 1、 80%的销售来自于 20%的客户
- 2、 遵循平均法则，拜访量带来成交量

四、重复就是力量

- 1、只要重复足够的遍数，就能征服客户
- 2、心理健康就要敢于重复

课程回顾与总结