
大客户销售与维护技能培训

主讲：凌洁冰

课时：1-2 天

受众：企业销售人员，大客户经理

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，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！

课程大纲：

第一节：大客户销售特点解析

- 1、为何通用的法则对于大客户不适用？
- 2、大客户销售的特征
- 3、十大销售错误类型深入分析
- 4、为客户着想，应该站在谁的立场？
- 5、销售模式演变给我们带来什么启示？
- 6、大客户销售是技术还是艺术？

第二节：搜集客户信息

- 1、搜集哪些信息才有用？
- 2、搜集客户信息的渠道有哪些？

3、如何安全触碰客户内部人际地图？

4、如何找到客户内部的接纳者（教练）？

5、匹配销售流程与客户的采购流程

买不买？——大客户采购的确认需求

买谁的？——大客户采购的评估方案

真想买你的吗？——大客户采购的解决疑虑

买对了吗？——大客户采购的实施安装

采购流程的反复

6、大客户开局定位销售策略

第三节：如何接洽客户内部关键人？

1、客户内部的政治雷区有哪些表现？

2、如何应对关键人的需求层次？

3、谈单一定要搞定所有影响者吗？

4、四维成交模型的应用

第四节：大客户销售的差异化方案如何呈现？

1、如何判断客户是否已有采购标准？

2、如何评价竞争对手？

3、何时提交方案？

4、方案该包括哪些要素？

5、方案如何呈现？

第五节：如何克服成交前恐惧症？

1、临近签约的客户心理变化

2、客户疑虑的表现

3、领先时的对策

4、落后时的对策

5、如何进行客户谈判

1) 问号式对话

2) 锁定异议原因

3) 谈判控制策略

第六节：客户关系维护

1、客户满意代表忠诚吗？

2、主动跟踪服务

3、如何稳固客户关系？

4、如何处理客户的抱怨？

5、如何提升客户的满意度？

课程回顾与总结，讲师点评与答疑！