
《大客户销售实战技能提升》

主讲：吴兴波

课程简介

- ✚ 为什么相同的政策，销售人员的业绩却天壤之别？
- ✚ 为什么销售人员总是不能深刻理解客户的意思？为什么不能同客户建立良好的关系？
- ✚ 为什么销售人员谈判总会被客户“摸底”？为什么耗费了大量的时间却无法签单？
- ✚ 为什么销售做了很多年，业绩却一直不理想？到底是哪里出错了？
- ✚ 销售从来不缺少士兵，缺少的是永往直前，百战百胜的“将军”！

本课程就是根据以上问题，从销售实战的角度，教会销售人员分析客户心理、挖掘需求、提炼产品卖点、做到高效沟通、保持良好客户关系、塑造价值促成合作，系统讲解销售中各环节的难点疑点问题，帮助销售人员梳理思路，提升销售业绩。

课程特色

- ✚ 实战实用：上午学，下午用，招招实用；会沟通，关系好，事事简易。
- ✚ 实效落地：有案例，给方法，现场指导；团队PK，一对一，模压强化。
- ✚ 分阶段、有重点、给方法，结合案例分析、小组讨论、模拟演练等形式进行授课。

课程对象

全体销售精英/销售主管/销售经理

课程时间

2天（每天不少于6标准课时）

课程纲要

第一部分：解决方案式大客户销售理念

一、大客户销售定义

1. 大客户的定义：大客户=更有钱+买的多+有人抢+难伺候
2. 大客户销售就是结果，就是市场，就是民心所向
3. 大客户销售的四大问题
4. 大客户三大特征及判定五项标准
5. 大客户采购五要素（价值、需求、价格、信赖、体验）

式、 解决方案式销售理念

1. 解决方案式销售理念
2. 销售方案式销售三大要素
3. 我们胆怯恐惧的四大原因及解决办法
4. 销售需要勇敢面对，先开枪后瞄准
5. 世界上最重要的一位顾客是谁

第二部分：商务礼仪建立信任关系

一、商务礼仪建立信任关系

-
1. 运用微笑的力量，塑造良好第一印象
 2. 得体的服饰仪容，专业的商务礼仪
 3. 坐有坐相，站有站姿，给客户信赖的感觉
 4. 同客户一样的“职业化”促进信任感觉
- 式、运用策略建立销售信任

1. 运用赞美的力量
2. 换位思考以客户为中心表示对客户的尊重
3. 建立信赖感的五缘四同步法则
4. 建立信任的五个纬度
5. 快速建立销售信任的六大方法

第三部分：找对人说对话做好需求分析

一、找对人—决胜销售的前提

1. 找对人的三项要求
2. 找对人的五项表现
3. 掌握客户概况及需求期望

二、说对话—决胜销售的关键

1. 学会听，听关键
 - ◇ 学会听，快速化解沟通障碍
 - ◇ 如何体现用心倾听，拉近关系
2. 要会问，有技巧
 - ◇ 何时问开放式问题
 - ◇ 何时问封闭式问题
 - ◇ 与潜在客户沟通要问哪些问题？
3. 说对话，贵精要
 - ◇ 说对话要了解对方的需求及目的
 - ◇ 销售沟通上的黄金定律及三项本质

第四部分：学会问挖掘客户真实需求

一、了解客户心理，帮助客户找到他认为最合适的

1. 客户十大心理分析
2. 客户购买行为分析
3. 购买前行为，购买后行为，消费者心理活动过程
4. 不同阶段不同环境不同性格的购买心理分析

二、学会问，挖掘客户心理需求让销售事半功倍

1. 探寻顾客的心理需求，提问的2种模式
2. 先询问容易的问题，何时问开放式问题
3. 询问客户关心的事情，何时问封闭式问题
4. 从客户表情与回答中整理客户需求
5. 顾问式销售 SPIN
 - 情景性：问题现状 探究性：问题询问
 - 暗示性：暗示询问 解决性：确认询问

第五部分：介绍方案塑造产品价值

一、如何进行方案介绍

1. 准备充分，方案精美
2. 个性化介绍方案

3. 3+2+1 模式介绍法

二、根据客户需求塑造产品价值

1. 了解顾客的购买动机
2. 分析顾客的购买行为
3. 顾客的购买心理分析
4. 一击即中，找到客户的精准需求
5. 价值是一种感觉，感觉是一种策略

第六部分：快速成交销售谈判技巧

一、如何介绍产品塑造价值

1. 个性化介绍产品
2. 3+2+1 模式介绍法

二、提出成交的最佳时机

1. 语言信号
2. 行为信号
3. 表情信号
4. 身体信号

三、绝对成交的十大方法

四、绝对成交前、中、后的谈判策略

五、绝对成交的价格谈判技巧

◇ 率先报价与避免率先报价

议价：谁先让价谁先死

◇ 如何报价？如何让步？

让步次数与幅度

六、谈判心得

◇ 站在别人的角度来考虑自己的利益

以情动人注意对象和时机

◇ 给人面子

身体语言比文字重要

第七部分：大客户关系管理

一、什么是客户关系 (CRM)

1. 客户关系的定义
2. 对客户关系的正确认识

二、客户关系的三大核心

1. 信任
2. 安心
3. 价值

三、维系客户忠诚的六大关键

➤ 品牌 (价值观)、品质、价格、服务、方便、价值

四、从满意到忠诚---客户关系管理

1. 没有满意就没有真正的忠诚
2. 客户满意的五个层次
3. 如何有效处长客户生命周期

第八部分：大客户服务与维护

一、服务的重要性

1. 案例讨论：为什么要服务，为什么要让顾客满意
2. 我们的工资由谁付？什么是企业生存的根本？
3. 在产品同质化的今天，我们靠什么赢得市场？获取利润？
4. 交朋友难，失朋友容易，获得一个新顾客比留住一个已有的顾客花费更大

-
5. 不满意的顾客比满意的顾客拥有更多的“朋友”
 6. 顾客不总是对的，顾客错了，就把“对”让给他
 7. 顾客有充分的选择权力，如果你不去照顾你的顾客，那么别人就会去照顾。

二、服务的策略和技巧

1. 满足客户的期望值
2. 如何在客户面前建立可亲、可近、可信任的第一形象？
3. 规范服务标准，强化服务理念
4. 服务的基本语言
 - ◇ 良好的语音、准确的语感、节奏的安排、适当的肢体语言
 - ◇ 语言清晰度、专业度、亲和力，来有迎声，问有答声，走有送声
 - ◇ 对事实或感受做正面反应，用心服务.尊重对方.换位思考