

---

用结果说话，以实效为准，为目标负责，因为专业所以卓越

---

## 《大客户营销技能提升》

主讲：吴兴波

### 课程类别

营销思路、营销技巧、营销策略、营销谈判

### 培训对象

大客户销售人员/销售主管/销售经理

### 培训形式

专题讲授/互动问答/案例分析/视频分析/现场讨论

### 培训时间

1天/2天，每天不少于6标准课时

### 课程特色

- ✦ **系统性**：本课程在广泛调研、分析企业大客户营销的基础之上，结合现阶段的大客户营销现状，介绍了大客户营销的多种方法和策略，设计系统、合理、极具针对性；
- ✦ **实战性**：本课程整合了一线大客户营销的方法和技巧，坚信不能用于营销实践的方法都是无效的，本课程聚焦于实际操作能力的提高，简单、实用、操作性强。
- ✦ **实效性**：对营销人员来说，仅仅知是不能创造业绩的，是没有任何意义的。本课程大量采用特色讲授、亲身实景案例，强调实效，可用，会用，非常适合大客户营销人员营销能力的提升。

### 培训目标和效果

- 
- ✦ 掌握大客户营销的概念与要领
  - ✦ 掌握开发大客户的营销策略
  - ✦ 掌握大客户营销的核心关键
  - ✦ 掌握大客户营销中个人素质提升的方法
  - ✦ 掌握对大客户的分析和管理能力
  - ✦ 掌握大客户拜访沟通的技巧
  - ✦ 掌控大客户营销中的“关系”策略
  - ✦ 掌握大客户维护与管理的方法

## 课程纲要

### 第一单元：大客户营销基本概念

- 1、大客户的定义  
**大客户**=更有钱+买的多+有人抢+难伺候
- 2、大客户营销就是结果，就是市场，就是民心所向
- 3、大客户营销的四大问题
- 4、大客户特征及分类
- 5、大客户的判定标准
- 6、大客户采购五要素（价值、需求、价格、信赖、体验）
- 7、大客户采购趋势
- 8、大客户营销之核心感觉

### 第二单元：大客户营销策略

- 1.找准你的大客户
  - ◇ 选定你的大客户
  - ◇ 大客户的类型及相应策略
- 2.攻——寻找突破点
  - ◇ 构建客户信息渠道
  - ◇ 挖掘客户需求
  - ◇ 确定你的主攻方向
  - ◇ 找出你的关键人——投其所好
  - ◇ 如何与大客户进行第一次的亲密接触
- 3.守——守住你的客户
  - ◇ 巩固自己在客户企业心中的地位
  - ◇ 回避客户的进攻和竞争对手的影响
- 4.防——打好最后攻坚战
  - ◇ 在信息孤岛中求生
  - ◇ 防止客户叛离与流失
- 5.修——修己达人
  - ◇ 完美做事——销售人员该懂得什么
  - ◇ 完美做人——让你成为一种艺术
- 6.客户本位系统的构建

- 
- ◇ 客户最在乎的购买成因分析
  - ◇ 买产品等于卖功能和服务吗？
  - ◇ 客户最在乎的是价值还是什么？
  - ◇ 灯塔工程在大客户营销中的掌控位置
  - ◇ 卖产品不如卖人品——客户关怀
  - ◇ 如何做个“销售长青树”？

### **第三单元：大客户营销拜访**

1. 与顾客建立信任的四个阶段
1. 大客户拜访的六大步骤
2. 寒暄技巧
3. 赞美技巧
4. 客户个人行为模式分析
5. 客户需求 SPIN 分析
6. 判断销售机会五个标准
7. 找准关键人
8. 介绍利益/好处的策略

### **第四单元：大客户营销谈判**

1. 关系！关系！还是关系！
1. 如何建立关系
- ◇ 界定：谁是你的大客户？
- ◇ 发现：你的大客户在哪里？
- ◇ 建立关系：策略很重要！
- ◇ 提升关系：态度最重要
- ◇ 利用关系：时机很重要！
- ◇ 维护关系：方法更重要！
3. 大客户谈判的三大纪律
4. 大客户谈判十二大法则
5. 大客户的“项目”谈判
6. 大客户营销谈判的四种风格
7. 谈判中的应变策略
8. 谈判中的语言技巧
9. 怎样避免价格战的谈判策略
10. 谈判的让步策略

### **第五单元：大客户维护和管理**

1. 客户关系管理
2. 大客户维护和管理的关键
3. 客户和我们合作的是什么
4. 保持沟通，深化客情关系，提高忠诚度
5. 及时处理意外突发事件
6. 大客户维护和管理三大理念
7. 建立物质外的感情纽带
8. 主动创造为客户服务的机会
9. 塑造被客户利用的价值