

<集团客户行业解决方案的营销策略与方法>

课程收益

您碰到哪些关于行业客户沟通、营销、谈判等问题？每人提出工作中的难题，老师将这些难题作为案例在整个课程中巧妙地穿插，分析。

课程大纲

【课程对象】：集团客户经理（电信政企客户经理）……

【课程时间】：实战版 4 天，浓缩版 2 天

【课程大纲】：

第一章、行业解决方案推广的营销策略（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

一、行业解决方案推广的营销策略

二、资源整合与海量营销 13 大策略

模拟演练、点评分析

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第二章：行业客户对行业产品的需求分析（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

一、行业客户的运作难点分析

二、各行业客户对集团产品的需求分析

（一）、功能化需求

（二）、个性化需求

三、行业客户决策身份分析

（一）、行业客户决策五种身份特点描述。（决策者、购买者、影响者、反对者、受益者）

（二）、案例分析及短片观看。

（三）、针对行业客户决策五种身份策略及沟通技巧

（四）、模拟演练

四、行业客户各决策人员深层需求分析

（一）、一把手心理分析

（二）、二把手心理分析

（三）、一般职能人员心理分析

示范指导及模拟演练

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第三章：行业客户解决方案的实施（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

一、行业经理的角色定位

二、行业解决方案的设计与策划

三、行业解决方案的展示与呈现

示范指导、模拟演练

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

四、客户信息化管理

(一) CRM 管理系统

(二) 客户档案深度分析管理系统

案例分析：移动客户解决方案的实施案例

电信客户解决方案的实施案例

示范指导及模拟演练

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第四章、集团客户沟通与接近技巧（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

一、影响电话沟通效果的因素

二、营造沟通氛围

沟通地点、沟通时间、双方情绪、灿烂笑容、赞美肯定、情绪调整

三、沟通六件宝：微笑、赞美、提问、关心、聆听、“三明治”

四、深入对方情境

五、高效引导技巧

六、三明治法则

第1层-积极情感层面(好)：理解、肯定、鼓励、赞美、关心

第2层-核心问题层面(坏)：询问、建议、忠告、要求、引导

第3层-积极情感层面(好)：鼓励、肯定、赞美、希望、关怀

七、高效沟通四要诀

八、高效沟通六步曲

示范指导与模拟演练

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第五章、集团客户关系营建技巧（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

一、集团客户关系的4个阶段：认识?好感?信赖?同盟

二、集团客户营销六流程

三、集团客户关系两手抓

四、营建集团客户关系的10种技巧

五、与集团客户礼尚往来技巧

六、推进集团客户关系的经验之谈

示范指导与模拟演练

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第六章、“行业解决方案”功能介绍技巧（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

一、了解客户评分指标

二、影响并更改客户评分指标

三、影响产品呈现效果的三大因素

四、产品推介的三大法宝

五、产品体验式介绍技巧

六、招标会上产品功能介绍

七、FAB 产品介绍法及误区规避

八、产品演示建奇功

九、行业解决方案功能呈现十种武器

短片观看及案例分析：

泉州移动: 行业解决方案功能介绍案例

海尔: 行业解决方案功能介绍案例

某行业集团客户行业解决方案功能介绍正反案例分析

示范指导与模拟演练

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第七章、集团客户谈判策略（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

一、谈判产生的原因分析

二、谈判的目的：共赢

三、谈判三大理念

四、谈判的分工与准备

五、谈判的立场与利益

六、高效沟通谈判六步曲

七、谈判实用十大策略

八、寻找对方底线策略

九、谈判中突发事件的应对策略

十、报价与议价策略

十一、商务谈判促成技巧

十二、选择结束谈判的方式

十三、合同的签订与履行

十四、谈判庆功活动

示范指导与模拟演练

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第八章、集团客户签约收款与售后服务策略（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

一、标准收款流程

二、收款中的 POWER 法则

三、百战不殆的收款应对技巧

四、收款“无间道”

五、若干成功收款案例分析

六、角色演练：应对客户借口拖款情景模拟

示范指导与模拟演练

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第九章、项目竞标策略（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

一、交易型招标项目营销特征与对策

二、附加价值型招标项目营销特征与对策

三、战略伙伴型招标项目营销特征与对策