

大客户销售降龙十八式魔鬼特训营

一、课程背景

随着当今销售市场的竞争越来越激烈，对销售人员的素质、技能的要求也越来越高。我们都知道 80% 的利润来自于 20% 的大客户，销售人员了解大客户需求、与大客户沟通并与其建立良好关系的能力将是决定大客户销售是否见成效的重要因素之一，而如何有效利用信息，把握销售机会，最后通过完善的大客户管理取得成功，有赖于销售人员必须具备的心理分析、策略制定、销售技巧和过程运作等能力的充分发挥，缺一不可。《大客户销售降龙十八式》课程以销售全过程为依托，以项目发展时间进程，系统地分析从销售到实施阶段需要的 18 种技能的关键策略和技巧，旨在提高销售人员在每一个销售环节分析问题和解决问题的能力，从而打开大客户销售的成功之门。本课程为市场少有全方位提升销售人员综合技能的课程体系，从心态到实战，全面提升销售人员的综合素质与销售技能，学员普遍反映这是“最具震撼力和实效性”的销售课，本课程被众多企业客户誉之为“销售冠军”的摇篮。

二、课程目标

- 1、解读大客户的定义、特征，以便深入了解大客户的需求层次；
- 2、分析大客户采购的内在驱动因素，学会更好地整合销售力量；
- 3、熟悉和掌握大客户销售中的系统方法及关键技巧；
- 4、运用实际情景模拟、案例分析、及专业评述等方法从正反两方面教会学员如何在大客户销售中巧妙规避、克服各种销售陷阱和突破销售瓶颈；
- 5、帮助提高大客户销售中签约的成功率；熟悉、了解和掌握大客户维护的相关技巧与方法；

三、课程时间：3 天 2 晚

四、课程培训方式：案例体验 + 实战方法 + 视频观赏 + 角色扮演 + 情景模拟 + 分组讨论 + 全面演练

四、课程提纲：

思考问题：

- 1、销售的概念
 - 2、大客户采购的特点
- ### 一、自我定位
- 1、选择好起点
 - 2、先活下来才有机会
 - 3、好心态才能做长线
- 1) 自信 2) 坚持 3) 目标感 4) 结果导向
 - 4、修炼气质提升魄力
- 1) 形象准备
 - 2) 礼仪准备
- ### 二、寻找客户
- 1、收集
- 1) 随时随地交换名片

- 2) 参加专业的聚会、专门的研讨会
- 3) 结识同行
- 4) 黄页查询
- 5) 114 查询台
- 6) 向专业的名录公司购买
- 7) 请没有买你产品的客户推荐
- 8) 请亲朋好友转介绍
- 9) 专业报刊杂志收集整理
- 10) 加入专业俱乐部、会所
- 11) 网络查询
- 12) 请客户转介绍 (金锁链原则)
- 13) 请有影响力的人帮你推荐
- 14) 路牌广告、户外媒体
- 15) 到名片店购买名片

2、分析

- 1) 做好商机评估

三、销售策划

- 1、制定拜访计划

- 2、销售工具准备

- 3、顾客背景

先打一场情报战——了解项目背景

谁是老大——画出项目结构图

看得见的需求只有 30%——分析客户需求

我是苹果他是梨——定位竞争对手

- 4、专业准备

- 1) 对公司

- 2) 对产品

- 3) 对行业

- 4) 对竞争对手

- 5、顾客经常问到的问题准备

- 6、心理准备

分组讨论：客户最讨厌哪些业务员 (20 分钟)

四、电话约访

- 1、尊重对方前提的开场白

- 2、如何感染客户与传递热情

- 1) 谈话内容的感觉比谈话内容更重要

- 2) 分享热情比传递知识更容易

- 3、准确赞美顾客的方法与技巧

- 1) 让客户留下深刻的印象

- 2) 真正引起顾客的重视

- 3) 赞美客户的六大误区

- 4、欲擒故纵-给客户留有余地

- 1) 你越是推销，越把你拒之门外

- 2) 让客户打开心门的方法

- 3) 轻松地让客户给你见面的技巧
- 5、邀约结束话题的专业技巧
 - 1) 假定是客户所需要的
 - 2) 让客户知道你未来要做的事
 - 3) 同理心、框式与二选一的应用技巧
- 6、常见拒绝问题处理话术
- 7、成功邀约的综合示范练习

五、初步接触

- 1、如何做好开场白
 - 1) 介绍接近法
 - 2) 预先传递信息法
 - 3) 利益接近法
 - 4) 赠送礼品接近法
 - 5) 调查接近法
- 2、寒暄、赞美客户，建立第一印象
 - 1) 转盘寒暄话术
 - 2) 如何寻找共同点
 - 3) 赞美的3个技巧

学员演练

讲师点评、指导、示范

- 3、公司介绍
 - 1) 公司介绍的时机
 - 2) 要么说服，要么毁灭
 - 3) 讲故事、讲特色、讲文化

六、了解需求

- 1、销售沟通中说与问的黄金比例
- 2、问的技巧
 - 1) 提问的2模式
 - 2) 何时问开放式问题
 - 3) 何时问封闭式问题
 - 4) 与客户初次见面要了解的五大类问题

3、听的技巧

- 1) 聆听的5个层面
- 2) 常犯的聆听错误
- 3) 聆听的技巧

七、塑造价值

- 1、介绍产品的FAB法则
- 2、特性可以从哪些地方寻找
- 3、利益点可以从哪些地方寻找
- 4) 如何证明价值
 - 1) 故事法
 - 2) 列举数字法
 - 3) 体验参观法
 - 4) 对比呈现法

5) 典型案例法

6) 表演示范法

学员演练，分组 PK

讲师点评，示范，总结

八、异议处理

1、对待异议的首要态度

2、解除顾客异议的 2 大忌

3、认同顾客的 6 个经典话术

4、解除顾客异议的 4 个步骤

5、如何核实异议

6、核实异议的的话术

7、异议的种类及处理技巧

1) 价格异议

2) 品质异议

3) 服务异议

4) 借口异议

5) 需求异议

给客户造紧迫或短缺 8 种策略

6) 竞争对手异议

7) 对销售人员异议

角色扮演：客户拒绝我有错吗？

学员与讲师齐参与演练

然后讲师点评、示范及总结

九、解决方案的设计

1、不良方案制造方法

2、九招教你写出好方案

3、高层汇报的注意事项

1) 为什么得不到高管支持

2) 汇报工作有方法

4、团队工作的分工安排

1) 调度项目资源

十、技术交流

1、如何做好技术交流

1) 把诚信放在第一位

2) 交流的心态

3) 建立双向交流

4) 重视交流的层次性

5) 永远不要攻击对手

6) 重视非正式技术交流

7) 常用回答问题技巧

2、商务演示技巧

3、如何确认客户对方案的认同

4、产品试用

1) 真金不怕火炼

2) 试用就可以随便一些吗

十一、(公司、用户) 参观考察

1、公司考察的关键流程及工作

2、用户考察的关键工作

1) 典型用户要管理

2) 客户考察看什么

3) 太老实，没效果

4) 用户考察有技巧

十二、客户公关

1、目标客户客情分析

1) 组织架构分析

2) 客户关系分析

3) 客户需求分析

4) 关键人物分析

5) 竞争态势分析

2、高层拜访

1) 要请老大出马吗

2) 为什么高层也不管用

3) 把高层也要当客户一样分析

3、关系

1) 关系的性质和作用

2) 关系的几个层级

3) 建立支撑性关系

案例：高中低的客户级别如何构建关系和制定计划

十三、促成交易

1、客户的购买信号

1) 语言信号

2) 行为信号

3) 表情信号

2、促成交易的方法

十四、答标报价

1、招投标阶段的工作内容

2、招投标中的一些重要原则

3、了解大客户招标过程的主要控制点

4、分析招标书

5、投标书的制作

6、投标技巧

7、招投标的管理要点

1) 常见的报价策略

2) 现场达标经验谈

十五、商务洽谈

1、如何设定谈判底线

2、怎样提出建议

3、如何破解对方的战术

- 1) 威胁
- 2) 侮辱
- 3) 虚张声势
- 4) 胁迫
- 5) 分而治之
- 6) 使用诱导性问题
- 7) 攻心术
- 8) 测试边界线
- 4、如何选择结束谈判的方式
- 1) 做出各方都可以接受的让步
- 2) 让对方从两个都可以接受的条件中选择一个
- 3) 引入附加限制
- 4) 发生僵局时建议暂停谈判
- 5、攻克最后一分钟犹豫
- 1) 适时地提出并强化观点
- 2) 鼓励表决
- 3) 促进互让

十六、合同签订

- 1、合同条款的注意点

十七、项目验收（用户培训）

- 1、实施阶段的工作内容
- 2、项目实施组织与产品交付
- 3、阶段工作管理
- 4、客户培训管理
- 5、建立有效的客户关系维护计划
- 1) 让客户有赢的感觉
- 2) 售后服务
- 3) 保持与客户的沟通
- 4) 关心客户的家人
- 5) 帮客户拓展事业
- 6) 过程中的风险管理

十八、有效回款

- 1、回款条件，你清楚吗
- 2、付款程序，打通了吗
- 3、回款的流程及方法
- 4、回款常见问题处理