

《大客户经营》

【课程适用群体】

大客户/资深销售人员、大客户经理、销售经理等

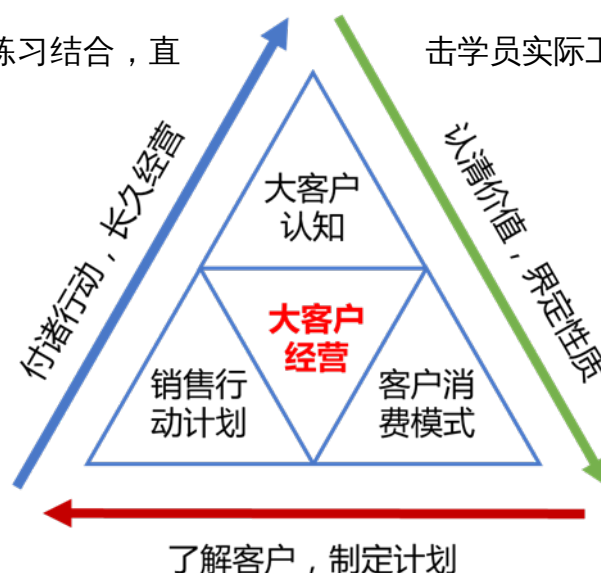
【课程开发背景】

- ✓ 只有大客户经营、管理、维护，没有大客户销售的概念，就像打牌一样，大客户只是起手的一副好牌而已，打法（销售）是一样的，区别在于成功销售后的管理、运营和维护；
- ✓ 凡销售必谈大客户，凡大客户必为重要，到底何为大客户？
- ✓ 销售象恋爱，经营似婚姻，长期大客户的经营如同携子之手、白头偕老的婚姻；
- ✓ 攻城容易，守城难；销售容易，经营难；如何能够将大客户持续经营的发展下去？

【课程特色】

- ✓ 直接联系学员的实际工作，建立对大客户准确的认知和评估；
- ✓ 针对客户的具体情况制定相应的行动计划；
- ✓ 引导、讲授与练习结合，直击学员实际工作，学习内容更接地气；

【课程结构】



【课程收益】

- ✓ 建立大客户认知
- ✓ 明晰大客户消费模式
- ✓ 构建大客户销售行动清单
- ✓ 制定大客户经营行动计划

【课程时长】

2天，12小时

【课程形式】

引导、讲授、视频、练习、讨论、模拟演练、角色扮演……

【课程大纲】

课程议题（一级大纲）	单元议题（二级大纲）	时长、收益	课程实施形式
<p>1. 何为大客户</p> <p>建立对大客户的认知，明确企业的大客户特征，理清大客户价值</p>	<p>1.1 大客户认知和关键词</p> <p>大客户特征</p> <p>大客户的重要性</p> <p>大客户的要求</p> <p>1.2 大客户与企业的双向价值</p> <p>大客户价值分析</p> <p>✓ 大客户价值判断 4 维度</p> <p>大客户的双赢认知</p> <p>✓ 双向价值清单</p> <p>大客户合作层级</p> <p>✓ 个人与组织利益</p> <p>练习：双向价值清单</p> <p>练习：层级利益诉求清单（利益投票）</p>	<p>✓ 2.0 小时</p> <p>✓ 梳理、建立对大客户的认知，统一认知，发现问题</p> <p>✓ 确立大客户价值认知分析体系</p>	<p>✓ 互动：大客户认知关键词引导（团队共创）</p> <p>✓ 大客户不同层级利益诉求清单</p>
<p>2. 大客户经营</p> <p>没有大客户销售，只有大客户经营，如何能够</p>	<p>2.1 客户行业——熟知你的另一半（客户行业）</p> <p>行业特征与分类</p> <p>销售机会细分（细分六</p>	<p>✓ 2.0 小时</p> <p>✓ 细分客户，寻找销售机会</p>	<p>✓ 互动：客户行业特征梳理分类（ORID）</p>

课程议题（一级大纲）	单元议题（二级大纲）	时长、收益	课程实施形式
	<p>2.3 销售行动（企业）</p> <p>销售行动清单</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 明确销售行动 ✓ 梳理销售流程阶段 <p>行动目标</p> <p>行动人员（双方）</p> <p>行动资源</p> <p>行动周期及时间点</p> <p>行动事件</p> <p>练习：基于销售流程的销售行动梳理（团队共创+讨论）</p>		
<p>3. 大客户经营行动计划</p> <p>再好的计划没有行动也是枉然，再好的行动没有检核很难达成</p>	<p>3.1 制定经营行动计划</p> <p>计划要素</p> <p>行动决策模型</p> <p>行动分解的6个必须</p> <p>计划的风险防范</p> <p>计划的机会把握</p> <p>预警点</p> <p>练习：讨论风险（含预警点）及机会的具体表现及分</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 3.0小时 ✓ 掌握制定行动计划的过程及要素 ✓ 掌握经营过程的执行、检查与改进 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 落地练习

课程议题（一级大纲）	单元议题（二级大纲）	时长、收益	课程实施形式
	<p>类</p> <p>3.2 执行、检查与改进</p> <p>PDCA 循环</p> <p>✓ 客户盘点</p> <p>盘点要素</p> <p>盘点参与角色</p> <p>✓ 检查周期</p> <p>练习：讨论盘点要素</p> <p>3.3 销售行动计划落地</p> <p>具体客户经营行动计划</p> <p>行动计划检核、反馈及改进</p> <p>练习：制定具体的大客户经营计划</p>	<p>✓ 制定具体的大客户经营计划</p>	

课程议题（一级大纲）	单元议题（二级大纲）	时长、收益	课程实施形式
<p>【课前作业要求】（开课前两周提交）</p> <ul style="list-style-type: none">■ 主题及内容要求<ul style="list-style-type: none">- 基于具体客户进行历史及重要事件回顾 要求客观事实与主观认知（感受）分开 重大进展节点图表- 针对客户的“大”进行分析论述 从客户和企业两个方面展开- 目前面临的主要问题- 下一步销售行动方案■ 撰写要求<ul style="list-style-type: none">- 具体化、事实化、细节化、数字化、结构化、层次化、图表化（尽力为之）			