

《大客户销售技巧特训营》

主讲老师: 孙瑛 实战派销售管理培训专家

课程受众: 销售部经理、销售人员。

课时: 2天

授课方式: 案例体验 + 实战方法 + 录像观赏 + 角色扮演 + 提问互动 + 分组讨论 + 全面演练

课程背景:

21世纪不仅是科技腾飞的时代，更是争夺销售主动权的时代。在市场中20%的销售精英占领了80%的客户资源！在公司中，20%的优质客户创造了80%的利润！因此，如何有效管理大客户决定着企业的现在，如何全面开发潜在大客户则决定了企业的未来！

大客户如何从无到有，销售如何从零开始直至圆满结束，需要企业的高层管理者加以足够的重视。市场环境正在由“产品价值主导”转向“客户需求为主导”的时代，面对日益变化的市场规则，企业每天最重要的工作是：客户获取、客户保有、客户价值的提升！因此做好客户关系管理是企业经营工作的重中之重。而为企业创造大部分利润的大客户，对于公司来讲是具有战略意义的客户，大客户管理已受到越来越多的企业重视。避免大客户流失，做好大客户服务，提高大客户忠诚度，对企业至关重要，也可以说是企业生存和发展的命脉。

课程收益

- 1、了解大客户的采购程序，迅速制定下一步的行动计划。
- 2、学习整合公司内外资源，让自己成为客户离不开的业务专家，从而赢得大客户的心
- 3、能有效的根据客户内部不同岗位的需求，发挥各个部门的作用，协同达成销售
- 4、仔细审视销售流程中每个环节的关键之处，找到赢得客户的最佳方法
- 5、熟练掌握跟进大客户销售的八个环节，提高专业的销售技巧。
- 6、熟练掌握 SPIN 问话术，准确了解客户的购买现状
- 7、学会跟各种不同性格的人打交道，能根据对方性格的不同快速改善自己的沟通方式。
- 8、熟悉整个的谈判流程，掌握基本的谈判技巧。

课程大纲：

第一章、如何挖掘与识别大客户

- 一、客户需要区别对待
- 二、什么是大客户
- 三、大客户对企业的意义
- 四、经营大客户的价值
- 五、收集大客户资料
- 六、寻找大客户

第二章、大客户采购决策心理分析

一、大客户采购流程分析

发现需求

内部酝酿

采购设计

评估比较

购买承诺

交货实施

案例：她到底输在哪里？

二、大客户组织架构分析

决策层

管理层

操作层

三、大客户采购决策身份分析

大客户决策过程中的七种身份特点描述。

案例分析：400万的合同是如何丢的？

针对七种大客户决策身份策略及沟通技巧

四、关键人物性格分析

四种性格的特点描述（力量型、活泼型、完美型、和平型）

四种性格的录像片断观看及分析讨论

针对四种大客户性格的沟通技巧及销售服务策略

自我测试：自己属于什么性格？

第三章 大客户销售方法与技巧

一、SPIN 顾问式大客户销售技巧的特

大订单销售

以提问的方式，引导需求，解决方案

二、SPIN 顾问式大客户销售技巧-四个核心提问环节及技巧

背景问题 S (Situation Questions) ，

难点问题 P (Problem Questions)

暗示问题 I (Implication Questions)

效益问题 N (Need-Payoff Questions)

三、SPIN 顾问式大客户销售技巧-销售会谈的四个阶段

初步接触

调查研究

证实能力

承认接受

四、看透大客户的需求

客户的四维需求

客户的真实需求

如何挖掘客户潜在需求

五、向多级别决策者销售

明确决策者和影响者

找出拦路虎，并向其销售

战术和战略相结合，全方位立体销售

制定向多级别决策者销售的计划访案

六、制定大客户拜访计划

讨论决策者关注的优先问题

准备拜访计划

七、获得竞争优势

对“所有产品和服务”进行全方位竞争力分析

制定竞争展示方案

确定贵公司的长处与不足并做到扬长避短

克服竞争威胁

学习何时要发起竞争、何时不要发起竞争

巧妙地将自己与竞争对手进行比较

案例：200万的单子飞了。

八、展示增值利益

确认本企业产品与服务的优势

估算各种服务的价值

确定各种资源的价值

九、阐述并强化客户购买欲望

十、获得承诺

何时及怎样获得承诺（讨论）

客户不愿做出承诺的情境处理

案例：一招不慎，全盘皆输。

第四章 大客户谈判技巧

故事:妈妈怎样分桔子?

视频：龙永图谈进“世贸”

壹、什么是谈判？

成功的谈判是怎样的？

谈判者应具备哪些素质？

贰、谈判的八大因素：

目标、风险、信任、关系、双赢、实力、准备、授权

参、谈判的准备流程

目标设定

了解你的对手

排序

列出选择项

设定界限

四、谈判策略的制定

角色策略

时间策略

喊价策略

权力策略

让步策略

地点策略

伍、 RUSE 谈判模式

六、 如何打破谈判僵局？

模拟谈判训练

第五章 大客户销售过程管理

一、大客户跟进过程中的八个环节及工作重点

客户规划和电话邀约

客户拜访，初步调研

提交初步方案

方案演示与技术交流

需求分析与正式方案设计

项目评估

商务谈判

签约成交，移交实施

二、大客户销售过程中的主要促销活动及工作重点

展会

技术交流

测试样品

商务考察

三、大客户签约收款与售后服务策略

标准收款流程

收款中的 POWER 法则

百战不殆的收款应对技巧

收款“无间道”

若干成功收款案例分析

结尾：学员行动计划

温馨提示：本课程大纲为初步方案，培训时会根据您企业的实际情况为您提供量身定制的培训课程！