

《大客户开发与服务创新策略》课程大纲

---田启成老师 主讲

【课程设计背景】

本课程是在对各行业大量调查研究的基础上，研发的模块式培训课程。它借鉴了国际化服务行业的先进课程的精华，并结合邮政行业的销售实际，开发出的适合中国国情的提高销售技巧、方法和大客户服务的实战课程，是确实可行的客户市场开发和客户服务策略的培训课程。使营销及管理人員的面貌焕然一新，使个体综合素质及团队的管理及业务水平上升到新的台阶。

【培训收益】

- ☆ 让客户经理了解不同的行业大客户的需求的差异
- ☆ 帮营销人员学会对大客户的识别与销售
- ☆ 学会如何快速与潜在客户建立关系
- ☆ 掌握大客户销售的沟通技巧和谈判技巧
- ☆ 学会制定客户关系发展计划
- ☆ 帮助营销人员了解客户的购买动机
- ☆ 了解客服人员是客户心目中的满意度的评定标准
- ☆ 让每个成员都能更好的开发新客户服务好老客户，真正成为销售精英
- ☆ 让每个成员都掌握到单兵作战的本领提高整个团队协同作战能力

【课程大纲】

●第一部分；大客户开发策略

- 一、如何确定目标；锁定客户；
 - 1、谁是我们争取的大客户？
 - 2、对大客户的定位；
 - 3、传统的对大客户理解的偏差；
 - 4、大客户的几种类型；
 - 5、怎样以最佳的思维赢得大客户的认可；

二、学会发现客户；

- 1 何谓顾客？
- 2 为顾客打分；
- 3 谁是你的顾客；
- 4 真正的顾客内涵；
- 5 销售代表的烦恼；
- 6 你找对顾客了吗
- 7 学会发现顾客；
- 8 尝试贴近顾客；
- 9 满足顾客；

三、利用顾问式销售模式开发客户；

- 1、正确理解顾问式销售
- 2、什么是顾问式销售
- 3、顾问式销售的内涵
- 4、顾问式销售的特点
- 5、顾问式销售的流程
- 6、如何才能挖掘出有价值的客户需求信息？
- 7、如何主动寻找客户？
- 8、如何分析客户的性格，和客户进入同一频道；
- 9、塑造产品价值，提出解决方案；
- 10、成交客户；
- 11、如何制订销售计划？

四、顾问式销售的关键步骤；

- 1、拜访前的准备；
- 2、寻找并过滤潜在客户；
- 3、准客户资料收集与分析；
- 4、陌生电话约访技巧；
- 5、细分市场——理想客户特征；
- 6、掌握销售的商务礼仪；

- 7、察言观色；学会对客户望、闻、问、切；
 - 1) 运用 NLP（神经语言程式学）分析客户的性格类型；
和平型 活泼型 力量型 完美型
 - 2) 分别用一个汉字概括四种性格类型：
- 8、如何同客户建立好感与信任；
 - 1) 保持沟通的同步
 - 2) 发现客户需求；明显性需求/隐藏性需求
 - 3) 开场白的设计
 - 4) 提问的技巧: SPIN；开放型/封闭型问题
 - 5) 倾听的技巧
- 9、分析客户购买行为模式
 - 1) 对客户购买习惯分析
 - 2) 对客户价值分析方法
 - 3) 如何激发客户的兴趣
- 10、发挥你的特长创造给别人利用的价值
- 11、优秀服务者的 12 种常规性行为
- 12、大客户开发的 10 大技巧是什么？
- 13、请将自己烙印在客户心上

● 第二部分；大客户销售进入策略

- 一、怎样做好大客户采集；
- 二、知道如何通过商务洽谈和私人会晤等方式来收集客户信息；
 - 问卷式调研；
 - 采访式调研；
 - 取经式调研；
- 三、销售中客户信息分析及分类；
- 四、进入策略设计与方案的实施；
- 五、能够用 5-10 个问题，迅速了解客户；
- 六、知道 5 种最有效的接触新客户的途径的需求，并判断客户价值；

- 七、掌握 5 种以上与客户建立联系的技巧；
- 八、客户销售的四个关键进入阶段；
- 九、如何掌握客户采购流程的每个环节的关键时刻；
- 十、学会制定客户关系发展计划；
- 十一、超越大客户期望的服务应该包括哪些具体内容？
- 十二、实施大客户期望和增值服务的基本原则与参照标准；

● 第三部分； 销售推进策略

- 一、销售推进的关键步骤；
 - 1、销售的黄金定律；
 - 2、销售推进中预先框式问句的演练；
 - 3、引导式销售的引发的故事； 案例；
 - 4、销售引导模式图解；
 - 5、了解销售的惯性定律；
- 二、了解沟通在销售过程中的重要价值；
 - 1、沟通的三要素是什么？
 - 2、一流的销售精英都是问话高手！ 学员互动演练；
 - 3、沟通中信息流是怎样传递的？
 - 4、高效沟通的四个原则；
 - 5、无效沟通可能会导致的结果；
 - 6、当好听众的七个好习惯；
(现场演练) 大客户开发中关于沟通的互动式演练；
 - 7、不同角色在沟通中的价值；
 - 1) 抓住客户心理了解需求
 - 2) 抓住对家庭安全的需求；
 - 3) 抓住对美丽健康的需求；
 - 4) 抓住对舒缓压力的需求；
 - 5) 抓住对孩子教育的需求；
- 三、销售中的谈判策略；
 - 1、了解销售中谈判作用；

谈判的意义？

谈判的目的是什么？

成功谈判 3 项注意；

2、谈判流程：

3、常见的四种谈判类型；

4、实质性谈判过程中的谈判技巧；

四招技巧教会你如何谈判！

给大家介绍最实战的三种报价技巧；

实质性谈判过程中常用的 9 种应对技巧；

5、如何达成谈判协议；

实用案例介绍、分析、学员讨论 （现场演练）

6、推动销售进程，赢取订单；

● 第四部分；资源整合的大客户营销策略

一、通过整合资源进行大客户营销策略；

二、认识社会团体及组织在大客户销售中的价值；

三、“企业领袖商道论坛”的渠道整合营销模式； 案例；

四、选对池塘钓大鱼；

五、如何深入企业进行团队有效的合作；

六、通过 OPP 会议营销提高产品品牌影响力；

七、透过关键人作客户资料资源的等价交换；

八、如何通过公司现有的项目对接为团队铺路搭桥实现共赢；

● 第五部分；企业服务创新策略

一、除公司业务以外你的增值服务有哪些？

二、针对特殊行业或企业实施差异化服务；

三、大客户开拓与维护中期操作中应该注意的基本事项；

四、企业对大客户的跟踪服务及维护技巧；

五、能够针对客户需求和竞争对手的情况为每个客户制定个性化的购买方案；

六、差异化服务为先导的服务模式；

- 七、能让客户满意的五个服务方向；
- 八、服务的四个特征是什么？
- 九、服务创新策略；
 - 1、服务创新研究的方法；
 - 同化法；
 - 综合法；
 - 服务产品的分解；
 - 2、服务产品的几个层次；
 - 3、新服务开发的类型有哪些？
 - 4、服务创新过程中的主要问题；
 - 5、“五种轨道”力量推动服务创新；
 - 6、向市场要创新，市场创新的“七”大化；
 - 市场的科技化；
 - 市场的国际化；
 - 市场的软化；
 - 市场的绿化；
 - 市场的规范化；
 - 市场的高级化；
 - 市场的多样化；
- 十、让创新成为企业新利润的增长点；