
大客户销售流程关键技巧之客户拜访

第一篇 销售的变革

大客户销售中常见的困惑

壹、 大客户销售的特征

贰、 销售的挑战与变革

- 1、 销售的挑战
- 2、 客户心中的 TOP SALES
- 3、 客户的感知
- 4、 关注带给客户的价值

第二篇 大客户销售流程

壹、 销售准备

- 1、 大客户销售的流程
- 2、 大客户销售中的关键互动
- 3、 首访的挑战
- 4、 对目标客户进行消费分析
 - 为什么要客户分析？
 - 知己知彼，百战不殆
 - 如何进行客户分析
 - 向客户学习
 - 从客户的消费数据中寻找为客户创造价值的切入点
 - 实战演练

贰、 大客户销售流程

- 1、 首访准备
 - 克服内心恐惧，建立自信心
 - 确定拜访目标
 - 如何让客户期待你的到来
 - 如何做拜访准备
- 2、 第一步、简明开场
 - a 高风险的开场

-
- 产品导向还是客户导向

b 低风险首访开场

- 低风险首访开场示范

c 精彩的开场白

- 开场白 5 要素
- 开场白的秘密
- 赢得信赖的问题
- 如何带入话题
- 来意说明的原则
- 建立议程的价值
- 时间确认的缘由

d 快速建立亲和力

3、第二步、主题互动

a 高风险的互动

b 如何获得探询资格

c 客户拜访产品推广时的障碍

- 了解
- 信任
- 需要
- 满意

d 如何克服客户的障碍

- 如何克服客户了解的障碍？
- 如何与客户建立信任？
- 如何挖掘客户需求？
- 如何创造客户满意？

e 探询的推进

- 甄别问题
- 背景问题
- 难点问题

-
- 暗示问题
 - 示益问题
 - f 积极的聆听
 - g 产品呈现
 - 低价值的呈现
 - 产品呈现的要点
 - 非语言呈现技巧
 - 强化对接人信心的证据

4、第三步、进展获取

- a 如何衡量一次会谈是否成功
- b 联络员的个人利益和组织利益
- c 进展获取的理由设计
- d 如何实现结果性目标
- e 低风险的进展获取
- 本次拜访主要议题总结
- 本次议题满意度测试
- 发出关联性进展请求
- 如何在临行前创造客户感知

5、第四步、成果巩固

- a 常见困惑
- 下次跟进时客户爽约
- 客户遗忘曾经沟通的内容
- b 应对策略——闭环
- c 闭环的价值

第三篇 集团客户销售技术

壹、 首访约定

- 1、电话邀约
- 如何跨越前台
- 如何拨打首访电话

-
- 电话邀约的非语言要素
 - 约访的三大陷阱
 - 客户拒绝的原因
 - 假性拒绝的心理分析
 - 如何应对客户假性拒绝
 - 如何应对“挑战”客户

二、销售成交的技巧

- 1、坚持成交的三个原则
- 2、缔结的时机
- 2、与客户成交的策略与方法

三、提交后的跟进

- 1、高风险的跟进
- 2、低风险的跟进
 - 预先约定法
 - 间接测试法
 - 截止日期法
- 3、应对跟进的挑战

四、谈判协商

- 1、客户经理与客户谈判与常规谈判的差异
- 2、谈判协商中的几条重要原则
- 3、如何达致双赢
- 4、如何应对客户的压迫
- 5、常用的一些方法