
大客户销售流程与关键技巧

【课程背景】

- 壹、 在大客户销售实战中是否曾经为以下问题曾经困扰过：
 - 贰、 我推销的产品与快速消费品有明显的差异，提升销售业绩的关键在那里；
 - 参、 20%的客户总是提出各种要求，然而公司的支持有不足，我感觉无能为力；
 - 四、 当大客户不断要求降价，我总是非常被动，缺乏有效的方法与策略来应对；
 - 伍、 在招投标的项目中期，我总是摸不清谁是决策者，旋在门外，我仿佛身在孤岛；
 - 六、 与不同的客户建立了关系，但是为什么客户还是把项目给了竞争对手；
 - 七、 大项目一步一步向前，我何时向客户要定单比较好，如何界定大客户有进展；
- 你为什么总是在同一地方犯错？你每天忙碌为什么却做不出业绩？你完成了任务公司为什么却没有利润？……

【培训收益】

- 降低“灰色营销”依赖，掌握大客户营销的核心竞争力——标准项目化
- 掌握营销过程中的阶段分解及项目化管控方法、工具
- 提升大客户营销中的过程管理和控制客户能力
- 掌握项目阶段中所需销售技能，全面提升营销能力
- 帮助企业搭建项目化营销意识，形成核心竞争力

【培训特色】

- 课程的实战性：研讨课、直观演示、工具运用、案例分析、模拟练习
- 案例丰富，生动活泼，深入浅出，理论联系实际，具有感染力
- 与学员互动的上课风格备受好评，对于实际工作带来启发与收益

【课程时间】 2 天

【客户感言】

实战的大客户销售方法，确实提升了销售团队战斗力。

-----佳能广州公司

案例生动曲折，老师讲课实战专业，培训获得了学员 100% 的满意率。

-----深圳高新技术产业协会

何老师的营销管理课程引人入胜、发人深思，源于丰富的实战经验及深刻的人生感悟。以后我们会继续找何老师做咨询。

---百泰首饰集团总裁助理 崔路

【课程大纲】

第一节：培训导入

怎样分析和理解产品？怎样有效寻找客户？怎样判断客户需求？怎样一击即中，完美收官？作为一个销售人员，签单靠的不是天赋，而是对以上销售过程中每一个环节的把握和控制。本课程对销售流程中每一个影响结果的细节都进行了深入的剖析，将销售工具、设计方案、流程管控、完美攻杀等环节进行分解，并以案例的形式，深入浅出地向我们讲述了完美成交要注意的要点与细节。老师告诉我们：每个销售人员，都要像工匠一样，打磨好销售流程中的每一个细节，最终才能促成成交。因为，销售其实是门手艺活。

□ 1、分享：中国式“灰色营销”能否搞定大客户销售项目

□ 2、分享：关系是风，SOP 管理是太阳

□ 案例：某公司的宣传与项目型营销

□ 讨论：传统销售模式与大客户销售模式的差异 重新认识大客户销售

□ 分享：对标国际著名企业，销售方式上的显著差异

□ 案例：快煮熟的鸭子经常会飞走？

□第二节 了解大客户的营销的模式——常见的几个重要误区

□ 1、对客户正确定位

□2、客户综合价值分析模型

□3、客户价值管理计分卡

□4、影响大客户采购的重要因素

□ 分享：某供应商的竞标策略 将大客户营销过程进行项目化分解管控

□ 第三节:项目管理的基本概念与技巧

□ 1、导入项目化营销流程管理的目的

□ 2、大客户营销的项目化标准阶段分布

□ 3、大客户营销流程项目管控的重要构成

④ 大客户采购的客户内部流程

② 项目管控推进流程

③ 大客户销售进展里程碑

大客户销售流程 项目管控的四大原则

第四节：大客户销售项目第一阶段——项目立项与计划制定

(一)项目立项与目标确定

□ 分享：利用 POS 方法将销售目标量化

□ 分享：某公司的销售目标构成

(二) 销售项目构成——可视化管理销售项目

□ 内部干系人分析与项目成员 OBS

□ 项目成员的组建发展过程

□ 分享：最著名的项目团队组建（西游记团队）

(三) 大客户营销项目的成功关键之一：确定客户采购流程及干系人

□ 了解客户的采购流程

□ 认清采购流程中的客户角色——找对人永远比说对话重要

□ 分享：某公司销售过程中对干系人普遍培养、重点突破的客户关系思路

(四) 大客户营销项目的成功关键之二：掌握客户干系人需求

□ 大客户与小客户的不同客户需求

□ 分享：买一包面巾纸与参加一次公开课程的区别

□ 练习：大客户营销过程中，客户可能存在哪些方面的需求？

□ 经常与客户进行需求式谈话

□ 练习：以某产品为例，模仿客户与客户经理，进行需求访谈

(五) 销售项目一样具备 3 + 1 的约束条件：时间、资源、绩效 + 客户

(六) 销售经理制定项目计划必修功夫之一——将目标进行分阶段策略预设 (OGSM 模式)

(七) 销售经理制定项目计划必修功夫之二——将过程进行 WBS 分解

(八) 根据 WBS 制定大客户销售的关键路径，有效制定项目管控计划 大客户销售项目

第五节：大客户销售项目第二阶段——制定项目沟通计划与风险计划

□ 根据大客户销售项目干系人分析进行沟通计划制定

□ 分享：销售项目中各类干系人的沟通计划模型

□ 示例：一页纸沟通计划表

□ 根据大客户销售项目 WBS 分析可能存在的风险，并进行可视化材料录入

□ 分享：某优秀企业的销售项目风险标准化管理

第六节：大客户销售项目第三阶段——销售项目执行与控制

（一）有效销售过程介绍

□ 有效销售过程七大步骤

□ 新任客户经理首次拜访注意事项

□ 如何克服在客户面前的紧张情绪

（二）销售拜访目标分解及准备

（三）销售过程中良好的心态

（四）大客户营销中销售技巧之一：获取客户（非个人）需求的技巧

① 大客户销售利器——SPIN 销售技巧

□ 背景问题——背景问题使用的两大基本原则

□ 难点问题——如何高效使用难点问题

□ 暗示问题——如何高效应用暗示问题

□ 需求效益问题——需求效益问题的价值、提问时机

□ 练习：SPIN 问题的锤炼——各类问题的使用练习

② NEADS 销售技巧与 FORM

□ 练习：客户已经在使用竞品，说服客户的 NEADS 方式

（五）大客户营销中销售技巧之一：对产品的推介

□ 对产品的全新认识

□ FAB 产品陈述法则

□ 对客户的全理解

□ 练习：场景化模拟销售——如何对产品进行陈述

（六）对客户异议的有效防范与处理

□ 解除反对意见的四种有效策略

□ 解除反对意见的两大忌讳

□ 客户产生抗拒的四大方面

□ 解除抗拒的有效模式

□ 最主要的抗拒——价格抗拒的处理技巧

第七节：大客户销售项目第四阶段——有效的成交过程

□ 项目评估环节工作的主要目的与过程

□ 对大客户销售进展的理解和技巧

□ 获得销售晋级承诺的四个方法与步骤

□ 成交前的准备

□ 成交的关键用语

第八节：大客户销售项目收尾及各阶段有效工具介绍

□ 分析：为什么能人来了销售就好，能人走了销售就差？

□ 大客户销售项目收尾必做工作

□ 一页纸项目总结报告

□ 进行大客户销售项目的 SOP 制定

□ 大客户销售项目化管理中提高工作效能的工具