

# 移动互联网时代下的大客户营销实战

## 【课程背景】

企业竞争，其焦点是市场的竞争，而市场竞争的核心就是为客户创造价值，

目前中国企业所面临的最大的销售挑战集中于：市场竞争越来越激烈、产品同质

化现象越来越突出、产品价格不断降低的时代如何满足客户的需求。

根据调查发现，今天的客户已不仅仅只是购买产品或者服务，而是寻求超越

产品与服务之外的价值，他们更需要的是定制化的方案和专业建议。

但是，大多数销售人员在为客户提供解决方案的过程中，缺乏专业的技能和

系统的方法。在一项针对软件、安防电子、通讯、医药等行业近 3000 名销

售人员的问卷调查项目中，我们发现这样几个严重的问题：

62%的销售人员自己降低了产品销售价格！

66%的销售人员自己减少了客户的购买量！！

82%的销售人员无意中帮助竞争对手获取订单！！

92%的销售人员自己阻碍了与客户建立关系!!!

99%的销售人员自己延长了销售周期!!!!

因此，如何在销售队伍中树立起为客户着想的销售理念，如何建立为客户提

供“量身定做”解决方案的销售思维，如何让销售人员真正掌握开展客户定制销售的方法与技巧，就成为我们企业销售管理者所关注的焦点与难点问题。

《移动互联网时代下的大客户营销实战》正是针对目前大客户销售的现状与特点，全面、系统、务实、知行合一地帮助销售人员提升其综合销售能力和专业技巧的培训课程。

**【培训时间】** 2天

**【培训对象】** 销售人员

**【授课方式】** 理论+案例讲解+视频+演练

**【课程大纲】**

第一讲、大客户营销的概念和意义

- 1、回顾：市场的变化带来了客户购买行为的改变
- 2、大客户营销的概念
- 3、大客户营销与传统销售的差异
- 4、大客户营销对销售人员的要求

第二讲、大客户营销的内部策略分析

- 1、大客户营销的流程分析
- 2、讨论：流程核心点在哪里

- 3、三 C 法则在大客户营销中的运用
- 4、内部资源解决方案的重要性
- 5、内部资源解决方案的作用
- 6、内部资源解决方案与销售计划
- 7、销售计划与 SWOT 分析
- 8、现场作业：SWOT 分析
- 9、相关问题；优势与机会、劣势与威胁的差异
- 10、分析结果现场发言与总结
- 11、销售计划与工作计划的关系
- 12、问题：我们为什么不愿意填销售报表

### 第三讲、项目运作管理

1. 大客户的购买行为模式
  - 1.1 大客户的需求特点
  - 1.2 大客户的购买行为
  - 1.3 组织需求及个人动机
  - 1.4 专业采购团队
  - 1.5 集体决策的民主与独裁

- 1.6 大项目的特征
- 1.7 大客户的弱点及利用
- 1.8 大项目的关键成功要素
- 1.9 非理性化行为及决策
- 2. 大客户开发流程和步骤
  - 2.1 客户信息资源发掘
  - 2.2 客户背景分析
  - 2.3 走近大客户，寻找突破口
  - 2.4 关键人物公关
  - 2.5 大项目与客户关系
  - 2.6 大客户服务
  - 2.7 大客户持续培育
- 3. 项目识别和切入时机
  - 3.1 如何发现项目（需求的冰山理论）
  - 3.2 项目介入的恰当时机
  - 3.3 项目介入过晚—临阵磨枪
  - 3.4 如何判别项目真伪

3.5 项目介入过早—节奏把握

3.6 项目切入点的选择

3.7 演练与讨论：案例一：××项目

4、项目过程控制

4.1 项目分析会

4.2 项目沟通

4.3 项目团队作用的发挥—激励

4.4 资源动态调整

4.5 项目计划的调整

第四讲 针对大客户的 SPIN 顾问式销售方略

1、传统销售线索和现代销售线索

2、什么是 SPIN 提问方式

3、封闭式提问和开放式提问

4、如何起用 SPIN 提问

5、SPIN 提问方式的注意点

第五讲 如何了解或挖掘大客户的需求

引言：赢得客户信任的第一步—客户拜访

- 1、初次拜访的程序
- 2、初次拜访应注意的事项：
- 3、再次拜访的程序：
- 4、如何应付消极反应者
- 5、要善于聆听客户说话
  - 5.1. 多听少说的好处
  - 5.2. 多说少听的危害：
  - 5.3. 如何善于聆听
- 6、了解或挖掘需求的具体方法
  - 6.1. 客户需求的层次
  - 6.2. 目标客户的综合拜访
  - 6.3. 销售员和客户的四种信任关系
  - 6.4. 挖掘决策人员个人的特殊需求

## 第六讲 如何具体推荐产品

- 1、使客户购买特性和产品特性相一致
- 2、处理好内部销售问题
- 3、FAB方法的运用

#### 4、推荐商品时的注意事项

4.1. 不应把推销变成争论或战斗

4.2. 保持洽谈的友好气氛

4.3. 讲求诚信，说到做到

4.4. 控制洽谈方向

4.5. 选择合适时机

4.6. 要善于听买主说话

4.7. 注重选择推荐商品的地点和环境

5、通过助销装备来推荐产品

6、巧用戏剧效果推荐产品

#### 第七讲 移动互联网时代下的软件微营销

1、微信营销

2、微博营销

3、视频营销