

# 高端客户销售与管理技巧

## (2天课程)

### 课程缘起

银行的销售业绩波动 80%的原因是由 20%的高端客户引发的。

所谓的高端客户，就是市场上卖方认为具有战略意义的客户。

根据 20/80 原则，他们是卖方的“贵人”，是需要给予特殊“礼遇”的一群。

而客户经理的业绩徘徊不前，80%的原因是因为心态和专业技能的缺乏而导致的。

高端客户的忠诚度决定了其业绩的稳定性，而客户经理的专业度又影响到高端客户的满意度。

### 作为银行营销人员要知道：

- 增加一个高端客户，企业将会赚多少钱？
- 100 个高端客户意味着企业占有多少的市场价值？
- 降低 5%客户流失率会为企业带来多少的利润增长？
- 如果客户与银行建立交易关系后消费更多的产品，客户的价值就随之增加
- 企业在相同的客户数量上赚取的利润也就增加了，
- 相对于同行的竞争力就会加强，
- 从而在当今市场竞争日益激烈的时代扩展企业的生存空间。

### 授课风格

- 案例分享、讲师解析、小班传授、互动讨论、针对性强

### 课程收益

- 掌握高端客户的开发技巧
- 掌握高端客户销售方法，并逐步更新自身的销售观念
- 掌握技巧，用于实践，通过高端客户销售方法，快速提升销售业绩
- 掌握高端客户管理的技巧，有效地进行客户关系管理与产品销售
- 掌握高端客户销售及谈判技术，从而提高学员的高端客户销售技巧及谈判技术
- 解读高端客户的定义、特征，以便深入了解高端客户的需求层次
- 分析高端客户采购的内在驱动因素，学会更好地整合销售力量
- 熟悉和掌握高端客户销售中的系统方法及关键技巧
- 运用实际情景模拟、案例分析、及专业评述等方法从正反两方面教会学员如何在高端客户销售中巧妙规避、克服各种销售陷阱和突破销售瓶颈
- 帮助提高高端客户销售中签约的成功率

- 熟悉、了解和掌握高端客户维护的相关技巧与方法

## 课程大纲

### 一、 高端客户的定义及特征

- ◇ 高端客户的定义
- ◇ 高端客户的特征

### 二、 高端客户销售理念的正确定位

- ◇ 传统营销学中的经典 4P 理论
- ◇ 现代营销学中的 4C 理论
- ◇ “以客户为中心”的高端客户销售模式的概念
- ◇ “以客户为中心”的高端客户销售模式的特点及优势
- ◇ “以客户为中心”的高端客户销售中的注意事项

### 三、 学会建立“以客户为中心”的高端客户销售模式

- ◇ **步骤一：高端客户销售前的具体准备工作**
- ◇ 高端客户销售前需要掌握的 7 大类必备销售情报
- ◇ 通过“销售漏洞理论”正确理解高端客户销售中挖掘新客户的重要意义
- ◇ 高端客户销售中潜在销售数据分类及有效管理
- ◇ 高端客户销售中开发新客户的有效渠道与科学手段
- ◇ **步骤二：学会通过电话沟通获得高端客户面谈机会**
- ◇ 电话沟通前 12 种物品的准备
- ◇ 与高端客户电话沟通前心态的准备
- ◇ 尝试与决策者联系
- ◇ 恰当的自我介绍
- ◇ 确定客户的需求
- ◇ 塑造产品的价值
- ◇ 高端客户电话拜访中有效聆听客户的 12 条准则
- ◇ 假设成交的技巧
- ◇ 确立随访要求
- ◇ **步骤三：“以客户为中心”的高端客户销售面访全程解析**
- ◇ 如何在会谈开始时率先打破沉默，营造良好氛围
- ◇ 如何在第一次见面就努力与高端客户建立信任关系
- ◇ 面谈中如何通过正确的提问深入挖掘客户的需求（SPIN 技巧）

- ◇ 学会善于倾听高端客户的“心声”
- ◇ 学会销售解决方案，而不仅是产品（FAB 技巧）
- ◇ 向决策群体销售中的注意事项
- ◇ 高端客户销售面谈中应对拒绝的正确步骤
- ◇ 选择最合适时机成交
- ◇ 正确认识高端客户销售中回访的重要性

#### **四、 高端客户采购的六大步骤及应对策略**

- ◇ 发现需求
- ◇ 内部酝酿
- ◇ 系统设计
- ◇ 评估比较
- ◇ 购买承诺
- ◇ 项目实施

#### **伍、 高端客户销售人员的类型分析**

- ◇ 猎手型销售(第一阶段)
- ◇ 顾问型销售(第二阶段)
- ◇ 战略伙伴型销售(第三阶段)

#### **六、 高端客户管理及维护的相关问题**

- ◇ 高端客户管理与高端客户销售的区别与联系
- ◇ 实施高端客户管理的必要性与挑战
- ◇ 实施高端客户管理的收益
- ◇ 实施高端客户管理的必要组织变革

#### **七、 高端客户销售人员的自我管理**

- ◇ 保持高度的热情
- ◇ 设置合理的目标
- ◇ 科学的时间管理