

大客户项目策划与顾问式销售技巧

工作坊

学员课程收获：

1. 突出系统思维能力，突出营销实战技能
2. 树立以客户为中心的大客户项目系统思维能力；
3. 掌握大客户项目策划能力，制订相应的营销策略和项目解决方案；
4. 掌握顾问式销售方法，提升大客户销售技巧。
5. 掌握与客户交流的商务礼仪

工作坊学习特色：

1. 工作坊以真实项目为基础，模拟实际销售场景和实战过程；
2. 以训练和互动式教学为主，销售辅导式培训；
3. PK中掌握营销之道，团队PK，激情碰撞，在竞争中成长；
4. 分组练习讨论，既有抢答，又有辩论，还有现场演练；
5. 将销售管理融入培训现场。

培训时间：3天

课程大纲

第一部分 顾问式销售基本知识

实训背景介绍

单元一：大客户顾问式销售和传统销售模式的区别

案例：一次失败的客户拜访

1. 什么是顾问？
2. 顾问式销售的特点
3. 大客户经理能力的新要求

单元二：顾问式销售流程和关键销售动作

案例：华为铁三角和三板斧

1. 大客户顾问式销售组织和流程优化
2. 顾问式销售流程的六个步骤
3. 每个步骤的关键销售动作
4. 物流行业大客户销售的四个关键要素

第二部分 大客户项目策划

单元一：互联网时代的大客户营销新变化：模式和资源

分享：重新认识我们物流行业趋势和客户特征

1. 重新认识物流行业：变化、趋势和机会
2. 从商业模式画布看物流与供应链行业的营销模式创新
3. 如何发现和锁定大客户：大客户的 MAN 模型

思考：谁是我们的明星客户和现金牛客户

4. 项目资源梳理

单元二：大客户商机分析：需求与项目策划

研讨：物流行业痛点分析框架

1. 客户商机线索类型
2. 大客户需求分析：痛点和爆点

3. 从客情中发现商机：客情分析与商机研判方法
4. 项目机会与策划策略设计
5. 大客户项目策划技巧与关键资源梳理
6. 提前开展商机引导：SPIN 技巧与 USP 的建立

思考：物流行业项目的新特点

单元三：大客户项目运作策划：要务和节奏

探讨：物流行业项目运作常见的问题

1. 大客户项目运作的系统思考
2. 大客户项目运作流程及关键工作
3. 团队运作工作职责列表
4. 制订以客户采购流程为导向的团队项目计划
5. 行动计划与战略沙盘
6. 项目运作的有效管理方法

思考：物流行业项目的团队式运作中各个角色如何配合

单元四：客户关系策划：突破与推动

梳理：物流一体化项目中甲方的相关角色及职责

1. 三层级普遍客户关系：角色分析和需求探寻
2. 通过需求分析了解项目目的和目标
3. 客户决策体系与差异化的客户关系发展表
4. 制订客户拜访计划表，尽早接触客户高层
5. 尽早发展客户内部的线人

思考：物流企业的线人有什么特点

单元五：项目方案策划：定位与优势

1. 大客户项目分类
2. 大客户项目中的定位和竞争策略
3. 用蓝海价值曲线塑造我们的独特优势
4. 向客户介绍独特优势的方法与工具：USP 和 FABE

第三部分 顾问式销售实战技巧

实战场景设计：物流一体化项目与供应链一体化项目

单元一：大客户开发并锁定客户

演练：如何开发标杆客户

1. 大客户开发方法：推和拉
2. 转介绍和圈子挖掘
3. 大客户价值评估与选择技巧

单元二：商务礼仪：建立信任关系

1. 拜访客户的技巧
2. 运用微笑的力量，塑造良好第一印象
3. 得体的服饰仪容，专业的商务礼仪
4. 坐有坐相，站有站姿，给客户信赖的感觉
5. 同客户一样的“职业化”促进信任感觉

演练：拜访客户礼仪细节

单元三：大客户沟通技巧：像专家那样沟通

1. 一切需要设计：设计客户拜访

2. 客户沟通原则和流程
3. 判断客户人员的沟通风格与注意事项
4. 聆听和表达的技巧
5. 如何了解友商动态
6. 设计沟通场景推动项目进展

单元四：了解需求取得计划的技巧：专家工作方法

案例：如何让物流客户发现潜在一体化的需求

1. 大客户需求结构
2. 大客户内部不同层级人员的需求：痛点、甜点、粘点和爆点
3. 需求访谈六步法
4. 发现客户需求：步骤和技巧
5. 善于提问：话术和沟通要点
6. 客户需求挖掘的 SPIN 方法
7. 重视客情工作，发展客户内部线人
8. 引导客户采购标准的技巧

单元五：入围的技巧：商务和技术交流

案例：如何让物流客户发现潜在一体化的需求

1. 差异化的入围策略实施
2. 知识营销与最佳实践
3. 入围前的大客户关系提升手段
4. 技术交流方案的四大要点
5. 方案的专家式讲解技巧

6. 介绍和引导优势的技巧
7. 技术交流的注意事项：场景与互动的设计
8. 如何处理客户歧义
9. 说服客户的三个步骤沟通技巧
10. 与客户共同开发详细解决方案与实施计划

单元六：招标和商务谈判的技巧

1. 投标注意事项
2. 根据掌握的客情设计商务策略
3. 谈判策略及其关键技巧
4. 引导客户做出成交决定
5. 识别客户发出的成交信号
6. 价格谈判技巧
7. 让步的技巧：合作式妥协
8. 项目推动方法
9. 识别客户释放的成交信息

思考：如何用 LSCPA 方法消除客户歧义

单元六：交付与服务

探讨：如何应对客户经常变更需求

1. 做好交付与服务的价值
2. 管理客户期望：监控实施以确保满足客户的期望
3. 成立双方参与的项目联合行动组织
4. 与客户关键决策者定期检验项目进展，进一步推进与客户的关系

5. 寻求拓展客户价值并创造新商机的方法
6. 服务好老客户比开发新客户更重要