

# 《实效大客户营销技能提升训练营》

主讲：崔自三

**破冰游戏：**分组：队长、队名、口号、队歌

培训结束，评出优胜组、先进个人，并进行奖励

引子：

这是一个最好的时代，也是一个最坏的时代！

——狄更斯《双城记》

案例：原一平——推销之神是怎样炼成的？

## 第一部分：大客户营销技能提升

### 一、什么是营销？

- 1、营销释义
- 2、营销与销售的区别

### 二、什么是大客户？

- 1、大客户的特征

### 三、什么是大客户营销

- 1、什么是大客户营销
- 2、大客户营销区别于传统销售

### 四、客户开发的九种渠道来源

- 1、随时随地寻找“准顾客”  
案例：乔吉拉德
- 2、老客户推荐提供
- 3、媒体资讯上寻找：报媒、电视、电话黄页等
- 4、互联网渠道
- 5、250 定律，从朋友处获取
- 6、从金融机构，比如银行处寻找
- 7、从车管所、交警大队、驾校等
- 8、汽车展厅或 4S 店
- 9、其他渠道：沙龙、高端论坛等

案例：某保险公司营销员的客户寻找之道

### 五、关于大客户开发的 5W2H 法则

- 1、为何要开发           Why
- 2、分布在哪里           Where
- 3、创立多长时间        When
- 4、谁是核心人物        Who
- 5、分布在什么行业      What

- 6、客户经营状况如何      How
- 7、投入多少保费      How much
- 喝酒与看病的关系

链接：大客户开发的四个关键点

## 六、开发客户要做的四大准备事项

- 1、资料准备：制定拜访“活页文件夹”
- 2、着装准备
- 3、心理准备
  - 自信：有信心不见得会赢，没信心却会输到底！《成功口诀》
  - 恒心：人贵有恒，案例：15年卖保险
  - 耐心：四次拜访法则 撕名片的案例
  - 诚心：成人达己之心 坦诚询问失败原因的案例
  - 付出：成功营销人的“三三六法则”
- 4、仪容准备
  - 微笑训练

## 七、找到大客户里面的关键人物

- 1、什么是关键人物？
- 2、如何找到关键人物？

## 八、如何有效地接近客户？

- 1、做一个让客户喜欢的人
    - 销售商品之前，先销售你自己
  - 2、找到共同关注的话题：天气、新闻、文娱等
  - 3、讲究方法：接近客户的十大方式
    - 1) 自我介绍法：幽默、风趣一些
    - 2) 资料过渡法
    - 3) 勤于帮忙法
    - 4) 新产品推介法
    - 5) 第三者介绍法
    - 6) 发送邮件
    - 7) 短信推介
    - 8) 信函推销
    - 9) 网络平台
      - QQ及群、MSN、百度、微博（博客）
    - 10) 电话营销
- 注意：不要过度营销，过度营销等于负营销  
案例讨论：一天给客户23个电话好不好？

## 九、开发客户当中的沟通技巧

- 1、积极聆听
  - 聆听的五个层次
- 2、主动提问
  - 三大提问技巧
  - 链接：沟通当中融入、共鸣小技巧：
  - 案例：某保险公司营销人员切入技巧

## 十、推销当中如何介绍产品？

问题：怎样更好的吸引客户投保到我公司？

- 1、介绍企业的历史与行业地位
- 2、介绍产品的特点
- 3、讲述我们的服务，强调兑保的及时性、保障性
- 4、用案例说服
- 5、让客户参与进来，为客户算账，表明产品适合客户  
打开电脑，拿出计算器，为客户量身定制方案

注意：不要直接推销产品，尤其是第一次见面，沟通当中，要学会和善于讲故事

#### 十一、销售当中客户异议处理技巧

- 1、正确看待异议
- 2、处理客户异议的四大原则
- 3、常见异议处理：
  - 1) 我们不需要保险
  - 2) 保险，买易兑难，不买
  - 3) 你们的产品，都不适合我们

#### 十二、大客户谈判七大实战技巧

- 1、迂回技巧
- 2、“哭穷、诉苦”
- 3、红脸、白脸
- 4、职权有限
- 5、搬出“关系人”
- 6、改变谈判场所
- 7、以礼攻心

#### 十三、大客户开发成交的三大技巧

- 1、把好处说够
- 2、把坏处说透：迂回，不要直接说客户
- 3、限时限条件成交

案例：如何向士兵推销保险？

#### 十四、成交后大客户建档

- 1、建档原则
- 2、档案内容
- 3、如何建档才有竞争力？

案例：王永庆卖大米带给我们的营销启示

## 第二部分：大客户管理、维护及良好客情关系建立

### 一、大客户管理与维护

- 1、从营销 4R 看建立客户关系的重要性  
案例：世界上最伟大的推销员
- 2、客户需求深度分析  
链接：激励不相容理论
- 3、中国特有的商业环境

面子、人情

#### 4、客户关系管理的目的

让客户成为朋友，实现转介绍和持续续单。

## 二、如何进行客户关系管理？

### 1、客户分类管理

附：分类表格

### 2、不同客户不同服务标准

拜访频率、服务内容……

分组讨论：对于大客户,我们应该提供哪些标准的服务内容？

工具：大客户管理数据卡

### 3、如何建立VIP服务系统以吸引大客户？

案例分析：某企业VIP服务系统

### 4、如何实施顾问式销售

顾问式销售与产品销售区别

### 5、客户激励——马斯洛原理：人的五层需求及其满足

### 6、为客户提供最大化的增值活动

## 三、客户关系管理中的客户投诉处理

### 1、产生不满、抱怨、投诉的三大原因

### 2、客户抱怨投诉目的与动机

### 3、客户投诉处理原则

### 4、客户投诉处理技巧

### 5、客户投诉危机公关5S原则

## 四、客户关系管理中的服务满意度提升

### 1、为何要通过服务提升客户的满意度？

### 2、服务五准则：

链接：客户为什么离我们而去？

### 3、服务的三个层次

链接：《客户抱怨歌》

失去客户的十种原因

链接《成功服务信条》

### 4、如何通过服务来提升客户的满意度

#### 1) 树立全员营销、全员服务意识

#### 2) 服务营销的5S法则

#### 3) 个性化服务

#### 4) 服务延伸

## 五、客情关系打造技巧

### 1、良好客情关系的准则

### 2、客情关系构建的原则：理解与尊重

### 3、客情维护的对象

#### 1) 大客户及其家人

#### 2) 大客户的核心员工

### 4、常规性周期性客情维护

链接：礼物价值公式

案例：某保险公司的礼品设计

送礼技巧：“大”中之“小”不如“小”中之“大”

5、重大节假日客情维护

1) 贺词载体的选择

短信、电话、电子邮件、寄贺卡

2) 贺词内容的确定

案例：如何做到人性化

3) 重大营销事件发生时客情维护

6、个人情景客情维护

1) 客户生日

2) 客户非规律性重大喜事

3) 客户非良性意外事件

4) 关心客户身体健康

5) 投其所好

7、“多管闲事”客情维护

8、重大环境事件客情维护经营建议、管理建议、家务事等

9、客情打造关键：细节要到位

对标案例：同样做客情，效果大不同