

---

# 《大客户开发与维护》

---

【培训老师】高海友

【培训课时】2天

【培训学员】销售管理人员

【培训形式】分组PK机制，案例分析；理论讲解、互动式参与式教学

【课程大纲】

## 一、 别被时代抛弃了，你的行为要符合这个时代的市场特征

1. 中国的商业史与当前历史阶段商业特征
2. 现代市场环境下的客户关系销售
3. 现代经营与客户关系管理：
  - a) 不同市场前提下的客户关系管理
  - b) 商品紧缺时代（供不应求）的客户关系管理
  - c) 计划经济时代的客户关系管理
  - d) 市场经济时代（供大于求）的客户关系管理
4. 什么是产品？
5. 销售从未像今天这样重要

## 二、 市场开发要素举要

1. 逻辑工具：销售逻辑：
  - a) 买你而不是买别人的商业逻辑
  - b) 需要的时候你在、比较的时候你好、使用的时候很值
2. 工具：3P理论
  - a) 无处不在(Pervasiveness)
  - b) 心中首选(Preference)
  - c) 物有所值(Price to value)
3. 市场开发三维度管理
  - a) 宽度运营系统
  - b) 深度运营系统
  - c) 黄金接触面
4. 案例参考与分析
5. 互联网+时代的销售漏斗模型理解与应用

## 三、 市场开发技能之七剑下天山

1. 借力使力的资源法：不同类别资源作用不同，情感类、权利类等
2. 找到锁芯：关键人物、关键问题、关键要素
3. 高层要互动：让核心关键人物参与进来，
4. 胜在过程体验：和合能力，情感依赖--生命依赖
5. 打铁还需自身硬：专业能力、细节能力、通路能力
6. 打好正规战：正式拜访，参观考察，商务活动
7. 机会把握：别浪费了播种季节，合适的时机（以待敌之可胜），合适的场景（正确进攻方案）

## 四、 市场开发之-赢在客户分析：知己知彼，赢的几率才高。

- 
1. 他是谁、他对谁负责
  2. 他制约谁、喜好、性格、价值观……
  3. 客户的特需和偏好、为什么同竞品关系好？
  4. 竞品：产品分析
  5. 竞事：制度、规定、流程、文化……
  6. 竞人：操作者的风格、弱点和强点
- 五、 **市场开发之-赢在客户拜访**
1. 如何面对不热情、不接待、逐客令？不敢（不愿）去了么？
  2. 大智若愚一大智必愚
  3. 建立不平衡，形成愧疚感
  4. 别浪费客户给你的机会-偶遇到阳光，你灿烂了么？
  5. 如何同不同类型的客户打交道：政府、私企、职业经理人、老板……
- 六、 **市场开发之-打通大客户销售过程中的通路障碍**
1. 纵横捭阖沟通术
  2. 如何胜在同大客户的谈判
  3. 沟通策略-方向比技能还重要
  4. 不同场景下的沟通要素
  5. 全语言沟通、沟通中的有效说服
- 七、 **如何做好大客户维护及老生新能力打造**
1. 老客户定位及定位实践
  2. 客户很容易感动，只是你没有做到！
  3. 病毒式营销
  4. 营销中的病毒式销售模型
    - a) 极致服务超出预期
    - b) 形成愧疚建立不平衡
    - c) 适当引导准备充分
- 八、 **大客户销售核心技能-大客户心理与行为分析**
1. 心理学基础认知
    - a) 心理学一词来源于希腊文，意思是关于灵魂的科学，后来变成英文 psyche
    - b) 心理学研究涉及知觉、认知、情绪、人格、行为、人际关系、社会关系等许多领域，也与日常生活的许多领域——家庭、教育、健康、社会等发生关联。
    - c) 心理学尝试解释个体基本的行为与心理机能，同时也尝试解释个体心理机能 在社会行为与社会动力中的角色；
  2. 终端心理依赖打造
    - a) 胜于感性-情感依赖
    - b) 胜于理性-专业依赖
    - c) 胜于根本-生命依赖
  3. 客户心理及行为分析
- 九、 **课程结束：赢在大客户销售的智慧**
1. 重点总结
  2. 核心思考
  3. 践行强调