

大客户销售策略及心理分析

2天（最少）

尊敬的销售总监/经理：您是否了解您的销售人员是否有就一个大单独立与客户沟通、谈判的能力和功底？您是否认为他们应该掌握必要的步骤、方法和策略？您是不是也渴望得到一套现实可行的大客户销售工具？您是否为您的销售人员的年轻和经验不足，不能很娴熟地与客户内部不同人员打交道而感到困惑和焦虑？您是否有过这样的经验：曾经为销售人员提供过大量的产品、销售技能培训，而实际工作中却见不到太大的效果？

以下的内容也许会对您和您的团队如何应对以上困惑有很大的帮助。

在当今充满挑战的销售环境里，您也许无法再用哪些传统的或是过时的推销方法去开拓客户。您的销售方式是否有效，完全看您能否和客户建立起一种互惠互利的关系。如何在销售和项目开展过程中，随着推销活动的延续，透过客户的各个层面，与不同部门和层次的人员进行沟通，弄清他们的真实需求（理性的和感性的），与他们搞好并保持友好的关系。弄清客户内部人员之间的关系和不同决策人对项目的影响，根据具体的情况和态势，制订可行的行动方案，才能取得理想的效果。

本课程不是一个基础的销售技巧课程，它将从始至终为您展现，在一个完整的销售案例中，如何把握好客户的需求和关系，通过怎样的方法和形式了解客户的需求以及客户对您的人员和产品的看法，如何捋清与客户和客户内部人员的关系，怎样根据销售中不断发生的竞争情况，制定一个好的策略和行动方案让您的人员在处理客户关系和防止竞争对手进入方面，做出有效和具有深远意义的决定。

特色：在过去几年在中国尝试过的培训中，学员的反映：“实战性非常强，与自己目前正在开展的项目的情况极其的相似，真实、可信度高，有很好的参照作用。而且，它还提供了大量的分析工具和思路”。最重要的是，不像以往的培训，它是由一连串的案例组成，形成一个完整的故事。去掉了以往单一的、乏味的培训讲师的个人表演，而将学员卷入在每个角色扮演之中进行沙盘模拟，更象一部戏，有各种各样的情节设置、有不同人物的出现和再现，产生连续性极高的效果。可谓跌宕起伏、扣人心弦。

参加对象：

销售总监、销售经理、销售代表等

培训收益：培训后您将能够

- ✓ 能够对大客户的销售过程有一个非常清晰的脉络；
- ✓ 懂得自己现有在客户心目中的位置和所处的环境；
- ✓ 通过对不同信息的分析，掌握客户的动态需求和走向。
- ✓ 了解客户的深层次需求和心理动向

- ✓ 介绍销售漏斗原理，引导客户的需求。
- ✓ 把握客户的心理状态，摸清他们的心理需求
- ✓ 运用有效的询问和分析工具，制订未来的行动方案
- ✓ 通过分析工具和思维训练、掌握处理人脉关系的方法。
- ✓ 将销售策略运用于工作，提高个人的影响力，保证项目的成功。

课程大纲：

大客户销售的核心概念

销售可以帮助解决客户什么问题
大客户销售的特点
大客户销售的过程是怎样的
客户是如何看待传统的销售人员的
销售人员应该具备的素养和技能
销售人员的自画像

大客户销售过程中主要考虑的因素

销售人员的作用
销售真正的含义与功能
如何解决客户的理性和感性的需求
销售成功的三部曲

如何就现有存量客户的需求进行深度探测

如何自然地导入与客户的沟通
掌握帮助客户发现需求的方法
销售人员经常犯的错误
避免主观判断、错判客户的形势
解释“冰山”原理在销售中的作用
学会如何使客户产生购买兴趣
学会挖掘客户需求和愿望的技巧
怎样引导客户的需求，变成现实的交易
掌握获得客户资料和情报的指导方针

如何捋清决策流程和搞好与决策者的关系

找到项目的线人和突破口
怎样做线人的具体工作
了解客户购买的动机，客户要解决什么问题
分析客户购买的六大动机

客户的“公心”和“私心”是什么
分析客户把门者的需求和心理，如何使你入围
搞懂客户把关者的需求和心理，强调哪些因素
弄清使用者的需求和心理，如何引导沟通

怎样在竞争的环境中始终让自己处于有力的销售位置

在错综复杂的形势中如何客观地分析项目现状
有很多竞争对手卷入的情况下，怎样展现你的优势
了解影响销售的主要因素
分析影响销售的重要要素
提供分析现状的工具和策略
如何进行正面和负面的分析和评估
怎样扬长避短、因势利导
建立达到销售目的的总体策略和手段

怎样处理与客户内部搅局者的关系

决策层与人脉关系的把控
把握决策者与影响者
高度参与低度参与的解析
可能出现的四种情况
决策过程中的客户角色的转换
客户当初与现在的角色
应对的行动策略和方案

归纳和总结销售的进程，采取正确的行动

确定主题拜访的脉络
了解每一阶段的发展和变化，制定下一步行动方案
将大目标化解为小目标，建立销售的里程碑
销售目标和过程及进度工具表
对销售人员的最终有效建议

客户关系管理的方法和策略

客户关系管理和维系的目的是重要意义
客户流失的原因分析
挽留和维系客户的准则
常用的方法和思路
客户关系维系的重要提示

总结与收尾

结合课程，制订个人目前销售行动计划，将理念化为动作