

卓越的大客户营销实战技能提升策略

主讲人：刘海宏

培训对象

- 企业营销经理、大客户营销人员

培训时间

- 2天，每天不少于6标准课时

课程特色

- 有高度、有深度、有广度
- 深度剖析,创新思维，实效策略
- 案例丰富,生动化教学
- 前瞻性、可操作性、实效性

课程大纲

第一章 大客户营销概述

一、什么是大客户营销

1. 大客户营销与快速消费品营销的区别
2. 大客户营销的特点

案例：某企业老总对大客户营销的感叹

二、大客户营销的推进六大步骤

1. 客户要约
2. 框架性需求确认
3. 初步方案
4. 项目评估（招投标、商务谈判）
5. 签定合约

6. 项目实施

第二章 大客户客户的开发和沟通

一、目标客户的选择与分析

1. 目标客户选择的途径

讨论：我们的目标客户主要有哪些？

2. 质量型目标客户标准

讨论：我们的目标客户应符合什么样的标准

3. 目标客户的价值评估

案例：某企业质量型客户评估的九大标准

二、分析客户内部的组织结构

1. 客户内部组织结构形式

2. 客户内部业务流程模式

3. 锁定并接近关键决策人

讨论：我们是如何寻找质量型客户的

案例：某企业营销人员是如何锁定关键决策人的

案例：某企业的客户信息管理表格

三、客户拜访实效策略

1. 约见客户的方法

➤ 电话约见

➤ 直接拜访

情景模拟：如果成功约见客户

2. 拜访客户的准备

➤ 观念上的准备

➤ 行动上的准备

➤ 工具上的准备

讨论：拜访客户时需要哪些工具准备？

3. 五种提高意外拜访效率的方法

4. 如何接近客户的6个有效方法

➤ 问题接近法

➤ 介绍接近法

➤ 利益接近法

➤ 送礼接近法

➤ 赞美接近法

➤ 方案接近法

情景模拟：灵活运用上述方法设计良好的开场白迅速激发客户兴趣

四、高效的客户沟通策略

1. 客户性格类型分析与沟通技巧

➤ 分析型

- 权威型
- 合群型
- 表现型
- 2、客户需求心理分析
 - 客户需求心理行为三个过程
 - 不同内部客户的心理需求
 - 客户心理需求的冰山模型
- 3、客户需求的有效挖掘方法
 - 掌握主动权的 SPIN 模式
 - 最具杀伤力的产品介绍 FABE 策略
 - 满足客户需求的 PRAM 模式

案例：某公司营销人员的客户需求挖掘技巧

讨论：你在业务开发过程中是如何与客户有效沟通的

情景模拟：客户需求的挖掘与掌握

情景模拟：如何进行有效的客户沟通