

# 政企大客户营销策略与实战技能训练

## 课程大纲

**教学目的：**学习和掌握行业大客户营销的基本思想、策略制定、执行方法和营销实战技巧。

**教学时长：**2天

**教学手段：**讲授、问题互动、研讨、情景演练、课堂练习。

**参训学员：**营销人员、客户经理、售前人员、解决方案经理、产品经理。

### 教学破冰：课程介绍

#### 研讨：

面对行业客户，我们的营销工作面临的挑战与解决之道

#### 第一部分 行业大客户的营销基本思想与项目拓展策略制定

- 1、行业大客户营销方式的演进
- 2、有效影响客户决策的必做功课——首先思考的9个问题
  - 1) 客户外部管理环境的变化趋势
  - 2) 客户的发展愿景、优势和困难
  - 3) 我们的战略愿景、优势和困难
  - 4) 客户的采购流程、采购标准分析
  - 5) 客户决策链和关键人的分析
  - 6) 友商的市场表现
  - 7) 我方的市场表现
  - 8) 市场潜在的变数
  - 9) 如何呈现我方差异化的专业价值
- 3、基于SWOT、软肋模型的销售策略和工作计划的制定
- 4、工具学习：《营销策划指导书》与《项目监控流程表》
- 5、课堂练习与点评：针对一个典型客户的招标项目，制定初步的营销策略和拓展工作计划。

#### 第二部分 营销人员的个人专业品牌修炼

- 1、如何让客户尽快产生好感和信任感
  - 1) 营销人员的外表、气场和商务礼仪
  - 2) 快速拉近关系的六种方式
  - 3) 能被客户接纳的专业形象：天使，行家和顾问
- 2、成为客户信赖的行家：营销人员的知识结构优化
  - 1) 营销人员合理的知识结构
  - 2) 如何提升和改善自己的知识水平
- 3、对客户有战略价值——整合公司的专业资源

#### 第三部分 营销人员的销售基本功

1、概述：为什么要修炼基本功

2、六项基本功修炼

1) 看：观察客户场景并正确地推测有价值的情报

演练：观察场景获取有用情报

2) 听：倾听客户的多维度需求

演练：通过开放式引导来挖掘客户需求

3) 记：建设自己的商业情报库

分享：每日黄金两小时的妙用

4) 思：洞悉问题，独到见解

分享：客户决策者关注的专业要点

5) 说：讲清楚，说精彩

演练1：有意义地寒暄或深入谈及客户行业

演练2：有针对性地介绍我公司

演练3：准确而生动地呈现一个经典案例

演练4：描述一项“撒手锏”技术或产品

演练5：介绍我方差异化优势的服务体系

6) 攒：成为资源整合专家

案例与研讨

#### 第四部分 关键营销场景中的洽谈与沟通方法

1、正式拜访客户的一般交流步骤

1) 客户分析

2) 观察与感知

3) 建立初步信任

4) 澄清可能临时出现的问题

5) 挖掘需求

6) 共创愿景

7) 确认客户感知

8) 制定后续互动计划

2、和政府单位交流话术的基础

1) SPIN 挖掘需求话术

A. Situation：背景型问题（例如：谈论大环境）

B. Problem：难点型问题（例如：提及客户难点）

C. Implication:内含型问题（例如：和客户算  
明细账，确认收益或损失）

D. Need-Pay Off 需求效益型问题（例如：反  
问客户的解决思路）

课堂演练：挖掘客户的潜在需求与真实想法

角色扮演——某市委信息中心关键人与我司客户经  
理

## 2) NFPB 话术（呈现价值）

A. Need-Pay Off:确认客户的观点

B. Feature:表述我司的业务方案提供能力

C. Proof：我司的类似案例

D. Benefit：如果合作，将给客户带来什么长  
期价值

课堂演练：有效地呈现差异化价值来打动客户

角色扮演——客户主管领导和我司解决方案经理