

顾问式销售方法与高层客户影响力训练

课程介绍

教学大纲

教学时长：

2天

教学目的：

- 1、知己知彼，掌握如何分析行业大客户的方法。
- 2、如何通过顾问式销售的思路、策略、方法来正面影响客户决策者的合作选择。
- 3、如何与高价值客户公司建立长远的深度合作关系。
- 4、如何在高度同质化的市场进行有效竞争。

培训对象：

客户经理、营销支撑经理、营销部门管理者

破冰：课程介绍、分组团队建设（10分钟）

第一部分 现状、目标和基本策略

- 1、研讨：在对行业客户的营销中，我们遇到的挑战？
- 2、行业市场营销方式的变迁：何谓顾问式销售
- 3、顾问式销售的基础——分析行业大客户的9个基本问题
 - 1) 客户行业的发展趋势
 - 2) 客户企业的战略愿景、优势和困难
 - 3) 我们的战略愿景、优势和困难
 - 4) 客户的合作流程与选择合作商的标准分析
 - 5) 客户的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
- 4、高效引导客户的方法
 - 1) 客户和我方的双赢合作空间分析
 - 2) 我们的差异化专业价值包装和呈现
 - 3) 确认客户关键人的观点、疑惑和营销拓展计划
 - 4) 阶段性工作总结和优化
- 5、情景演练与点评：拜访某客户公司的技术部门经理

第二部分 关键营销场景中的客户交流方法

交流对象

联系我们

- 1、拜访行业客户的一般交流步骤
 - 1) 营造友好气氛，建立初步信任
 - 2) 讨论客户行业和客户企业面对的通用课题
 - 3) 锁定关键专业问题，展示我方的差异化专业价值
 - 4) 澄清客户可能提出的疑问
 - 5) 通过SPIN方法引导客户真实痛点和想法
 - 6) 通过NFPB方法有针对性地提出解决办法
 - 7) 共创双赢愿景、并确认客户感知
 - 8) 制定后续互动计划
- 2、营销工具：SPIN的营销话术应用
- 3、营销工具：NFPB的营销话术应用
- 4、行业市场营销项目拓展第一步——拜访客户接口人，迅速形成良好口碑
 - 1) 客户拜访准备（情报、材料、人员、物资）

研讨：如何写好一份让人印象深刻的公司介绍
 - 2) 首次拜访客户的话术——快速建立差异化的品牌形象
 - 3) 情景演练：拜访某客户公司规划管理部门人员
- 5、营销项目拓展的关键步骤——拜访和影响客户决策者的合作决心
 - 1) 客户拜访准备（情报、材料、人员、物资）

研讨：如何写好一份有感染力的高层交流材料
 - 2) 如何与客户高层“在一万米专业高度论道”
 - 3) 客户决策者在前五分钟之内期待听到什么
 - 4) 让客户决策者相信你的差异化价值以及长期合作的可行性
 - 5) 客户决策者希望听到的其他系列话题
 - 6) 情景演练：拜访某客户公司高层决策团队关键人员