

大客户实战营销秘笈之一(2天)

【课程大纲】

一、大客户营销的三把金钥匙

前言：大客户营销的五个误区

- 大、小客户之间的差异
 - 从7个维度对客户分类管控
 - 大客户对销售顾问的要求
 - key1 大客户销售的四大步骤
 - key2 顾问式营销的核心思维
 - key3 成为职业化销售顾问的三个关键要素
- 案例讨论：老客户450万的订单为何谈飞了？

二、大客户开发的流程体系--天龙八部

前言：客户采购流程的“天龙八部”

- 大客户销售失败的核心原因
 - 大客户采购流程的分析（项目型、配套型）
 - 天龙八部业务管控体系的四大核心要素
 - 里程碑
 - 开发进度
 - 任务清单
 - 阶段目标
 - 开发过程的技巧与策略库----葵花宝典
 - 大客户开发过程节点----任务清单
- 案例讨论：3000万的项目运作过程诊断？

三、大客户项目六步诊断分析流程-找对人

前言：大客户开发找对人是关键

- 分析项目组织，理清角色权责

- 分析决策链（分析关键人立场、客情关系、决策权重、爱好、需求）
 - 明确项目采购所处的阶段
 - 分析任务清单，项目目前卡在哪儿
 - 分析主要竞争对手，制定竞争策略（12大竞争策略）
 - 技术壁垒--商务壁垒--负面案例--分割订单--陷进战术--迂回战术--拖延战术--引狼入室--调虎离山--虚假情报--价值组合--瓦解战术
 - 组织内外部资源制定关键人突破策略与计划
- 案例讨论：650万的项目如何推进？

四、大客户关系开发的六脉神剑--做对事

前言：反腐新常态对工业品营销的影响应对策略

- 客户关系的五层立场--客户立场是客户关系经营的终点

案例：三个角色的立场分析

- 建立客户关系的三大技能（问、听、说）

- 客户关系发展的六个台阶（陌生人-熟人-朋友-好朋友--伙伴--死党）

案例：客户关系识别与分析

- 推进客户关系的六大策略

- 建立良好的第一印象是基础；
- 识别客户的态度是关键
- 推进客户的亲近度的五大利器
- 推进客户关系话术的五个层次
- 客户关系拓展的三类关键活动
- 客户关系六个台阶的层层推进具体方法

案例：如何将陌生人变为死党

- 基层线人关系突破策略

- 如何找线人
- 线人预期管理
- 线人关系突破两类关键活动
- 如何与线人建立共同体

案例分享：线人关系突破

高层公关

--如何与不同风格的高层打交道

--不同年龄和岗位高层需求分析

--搞定高层的三板斧

--搞定高层的七剑下天山

--如何调整自己的风格来适应不同类型高层

案例讨论：十拿九稳的项目为何落单了？

建立信任的六大策略与方法

--工业品营销的信任树

--建立信任的六大策略与方法

--客户立场发展通道（关系--》信任--》需求--》立场）

案例讨论：非常有潜力的大客户久攻不下怎么办？

五、挖掘大客户需求的四重境界--说对话

前言：女人最想要什么？

-销售中确定客户需求的技巧

-有效问问题的五个关键

-需求调查提问四步骤

-隐含需求与明确需求的辨析

-如何听出话中话？

-如何让客户感觉痛苦，产生行动？

-SPIN 运用的四步流程

案例演练：利用 SPIN 如何挖掘并引导客户需求

六、大客户发展培育的五个阶段

孕育阶段的应对策略与服务

初级阶段的应对策略与服务

中级阶段的应对策略与服务

伙伴阶段的应对策略与服务

协作阶段的应对策略与服务

案例讨论：大客户的结网案
