

《大客户关系的分层突围》(2天)

【课程背景】

本课程既从宏观层面系统的解析了影响客户成交的各个关键决策角色，并从情报网络布局、关键人布局、从识局、破局等方面给学员一整套宏观布局策略与方法；同时又从微观角度深度剖析不同决策角色内心深层次的本源性需求，找到影响决策的关键要素，并制定针对关键要素的攻关策略和方法，让客户快速与我们走向双赢，坚定的成为我们的支持者，帮助学员快速的拿到订单。

【课程目标】

- 1、系统的认识到传统关系营销的误区，建立新型关系营销的新思维。
- 2、认识到影响成功销售的各关键决策角色，做到提前布局，防患于未然。
- 3、真正了解影响不同决策角色的核心按钮，真正找到关系突破的核心要诀。
- 4、掌握不同高层的决策风格，不同的沟通术与攻心术，快速突破关键人信任

【课程特色】

课程有深度：本课程是国内研究大客户销售最有影响力、最具深度的系列课程之一，其课程设计遵循国际上通用的案例研究五步架构：案例研讨—问题分析—解决方案—实际运用—提供工具。

训练有特色：培训以工具流带动理念提升，并以实际案例解读、小组讨论、多媒体演示、沙盘推演、情景互动等多种教学方式，让学员打开心门与老师一起思考、一起互动，让学员真正掌握大客户销售八大核心武器。

讲师更实战：讲师有 15 年的营销实战经验和 9 年营销管理经验，6 年研究工业品营销的背景，5 年工业品营销培训与咨询经历。

工具可落地：本课程近几年已经被 200 多家企业培训后落地推进，全面提升了销售团队的整体客户攻关能力，且可对学员参加训练前与参加训练后的“项目跟单成功率”进行先后对比，可进行训前与训后的成果检测。

【学习对象】

大额产品销售企业总经理、营销总监、销售工程师、销售主管、销售经理、营销总监、售前技术工程师等

【标准课时】

2天（12小时）

【授课方式】采取“培”与“训”相结合的形式，“实战演练+现场辅导+工具落地+行动计划”四位一体的咨询式培训模式

【课程大纲】

第一章 大客户攻关之“基本认知与体系架构”

第一节 传统关系营销的误区

- 1、传统关系营销的七大工具
- 2、传统关系营销的尴尬与困局
- 3、关系营销的真谛与核心思想
- 4、“信任树法则”在关系营销中的应用

讨论：传统关系营销带来的困惑与弊端

第二节 新型关系营销体系架构

- 1、完整的信息网络是关系营销的前提
- 2、精准的角色解读是关系营销基石
- 3、到位的攻关策略是关系营销的抓手
- 4、有效过程管理是关系营销的保障

体系架构：《关系营销体系架构图》

第二章 大客户攻关之“情报网络构建”

第一节 有效发展内线

- 1、谁是我们发展内线的最佳人选
- 2、合格内线的“三维标准”是什么
- 3、发展内线的基本路径与策略
- 4、如何培养内线，发挥内线最大价值
- 5、多内线的组织内部布局原则
- 6、内线潜伏策略和自我保护意识培养

落地工具：《甄选内线三维模型》、《培养内线四层次》

第二节 培养得力教练

- 1、谁是能够真正帮我们赢单的人
- 2、教练的定义与核心职责
- 3、合格教练必须具备的三个条件
- 4、如何捆绑教练，实现命运共同体
- 5、如何培养教练，防止出工不出力
- 6、如何验证教练，以防“两面三刀”

落地工具：《甄选教练三维模型》、《培养教练四度法则》、《验证教练五步法》

第三节 构建非对称情报网络

- 1、结盟基层，夯实基础信息渠道源
- 2、布局中层，关键核心位置巧妙埋线
- 3、逼围高层，锁住高层信息枢纽线
- 4、情报网络实现的三大基本目标

落地工具：《非对称情报网络布局地图》

第三章 大客户攻关之“关键决策角色解读”

第一节 关键决策角色解读

- 1、哪些人影响到决策
- 2、客户采购组织与决策链分析
- 3、项目中的“车马炮士帅”
- 4、成功销售的 CUTE 角色理论
- 5、小鬼也能拆散到手的鸭子
- 6、局里还有“潜伏者”吗

落地工具：《客户决策组织架构图》、《五大关键决策角色解析图》

第二节 角色职责与影响力解读

- 1、五大买家角色职责解读
- 2、角色影响力由何决定
- 3、决策影响力如何测试
- 4、决策影响力测试模型

落地工具：《决策影响力测试模型》

第三节 决策态度与支持度解读

- 1、决策者真实态度由何决定

- 2、决策者真实态度如何衡量
- 3、决策者态度评估方格图
- 4、决策支持度由何决定
- 5、真实的支持度如何评估
- 6、评估支持度的五纬模型

落地工具：《决策态度评估方格图》、《决策支持度测试温度计》

第四章 大客户攻关之“攻关术”

第一节 寻找最真实的决策动力

- 1、客户价值决定出路吗
- 2、决策有何隐性理由
- 3、决策的“冰山模型”
- 4、探寻决策者单一目标“概念”
- 5、探寻决策者个人“赢”的标准

落地工具：《单一目标概念的方格图》、
《个人赢的五层次》

第二节 不同决策风格的沟通术与攻心术

- 1、客户四大决策风格的有效识别
- 2、不同决策风格的“沟通术”
- 3、不同决策风格的“攻心术”
- 4、不同决策风格的日常互动策略

落地工具：《DISC 性格分析模型》、《客户关系拓展卡片》

第三节 客户关系拓展的五阶晋级法

- 1、从陌生到熟悉的“用勾下饵”策略
- 2、从熟悉到初步信任“信任树”法则
- 3、从初步信任到情感的六大制胜法宝
- 4、从情感到四大死党七大制胜策略
- 5、关系评估的五级行为量化标准

落地工具：《客户关系五阶梯行为量化表》、《客户关系强化计划表》

第五章 大客户攻关之“高层突破”

第一节 高层（EB）解读

- 1、高层在项目中的角色认知

- 2、组织对高层的角色要求
- 3、不同政商生态不同“赢”的标准
- 4、高层单一价值“概念”的区分

落地工具：《EB 需求分析模型》

第二节 高层（EB）突破

- 1、巧妙约见高层“七剑下天山”
- 2、约见高层的五个细节
- 3、高层思考的六个问题
- 4、高层（EB）的沟通术
- 5、了解高层的行为风格
- 6、与高层日常互动的秘诀

落地工具：、《约见高层七大工具一览表》

第三节 自我心魔突破

- 1、克服“惧上”心理暗疾，直击高层
- 2、改变“乙方心态”，提升精神执行力
- 3、改变“思维方式”走进高层世界
- 4、树立 TOP 职业信仰，用信仰影响行为