

营销管控- 客户开发策略与顾问式营销 课程大纲

课程说明：

本课程希望向销售人员及管理者解说在大客户开发过程中遇到的如下问题：

你的团队成员个个充满活力与激情，但却不懂得如何有效地销售？

你很努力的为公司开发了不少客户，可总是缺少上量级的大客户？

你觉得客户总在敷衍你，摸不透客户到底在想什么？需要什么？

除了价格，找不出其它可以给客户带来价值的产品特征和利益？

如何让销售人员从关注个人利益转为关注客户利益，真正成为顾问型销售？

如何才能提高个人和团队的成交率？

传统销售理论认为，顾客是上帝，好商品就是性能好、价格低，服务是为了更

好地卖出产品；而顾问式销售认为，顾客是朋友、是与销售者存在共同利益的

群体，好商品是顾客真正需要的产品，服务本身就是商品，服务是为了与顾客

达成沟通。可以看出，顾问式销售将销售者定位在客户的朋友、销售者和顾问

三个角度上。因此，如何扮演好这三种角色，是实现顾问式销售的关键所在。

作为现代营销的最先进理念，开展顾问式销售对专业的销售人员也提出了一定

的要求。对[销售人员](#)来说，销售就是一种职业生涯，是一种做人的挑战，是一

种激烈竞争，是一种自我管理，所以专业的销售人员在力量、灵活性及耐力等方面要具有较高的素质。

大客户在需求满足程度和决策的过程上，都较一般客户来的复杂和费时，在开发的过程中可能需要投入数倍的精力和资源，但是得到的回报往往数十倍于一般客户。面对大客户开发，首先要意识到这是和客户内部的一群人在做生意，要快速找到影响销售成功的各个关键人物并和他们建立关系，尤其是最高决策者对项目的成败有着决定性的影响，得到他们的支持才有赢单的机会。此外，必须掌握信息优势，对客户内部信息的掌握越及时越准确，销售主动性就更强。

本课程通过案例与演练循序渐进地引导销售人员熟悉如何进行顾问式销售，如何掌握大客户营销的制胜关键，如何从研究客户，到挖掘痛点，到销售循环，最终给出双方满意的解决方案，如何让销售人员真正转型成为客户的朋友和销售顾问。

课程收益：

- 系统化的打造具备实战能力的顾问式销售团队
- 提升顾问式销售能力、挖掘潜能、建立销售自信心

- 助力团队掌握大客户营销的制胜关键、提高成交率
- 从价格销售向价值销售转型，与客户共赢
- 发掘销售渗透点，实现销售业绩提升
- 建立共同语言，提升销售团队的向心力与凝聚力
- 统一团队价值观，培养高效能习惯，锻造企业团队核心竞争力。

课程时间

1天/6H

适应对象

企业所有从事销售行为的人员、各层级销售管理人员

课程特色

中国百强企业的内训课程，世界五百强企业订购的必修课程。

中、西结合，依据我国特有的国情、企情、人情所精心设计的课程内容。

系统化、全面性、深入浅出的课程，通过“理论讲解+精准案例分析+小组讨论+体验式情景模拟”的活泼授课方式展现给学员，以效果为导向，幽默风趣、通俗易懂。

课程提纲：

【上篇】大客户营销

第一讲：大客户定位与发展

1. 大客户的特点、大客户与一般客户的区别
2. 大客户的分类与大客户的接触对象
3. 如何筛选优质的大客户营销组织：能创造什么价值
4. 大客户营销与普通营销有什么不同？

◎案例：昙花一现的大客户

5. 大客户的发展阶段
 - 1) 建立关系阶段

2) 稳定关系阶段

3) 加强关系阶段

第二讲：大客户营销管控

1. 营销管控的内容

1) 基础资料

2) 客户特征

3) 业务状况

4) 交易现状

2. 营销管控的原则

1) 动态管理

2) 突出重点

3) 灵活运用

4) 专人负责

3. 大客户营销的制胜关键

1) 信息力

2) 关系力

3) 决定力

4. 大客户的销售原则

1) 需求原则

2) 过程原则

3) 细节原则

【下篇】顾问式销售

第三讲：大客户营销准备

1. 研究客户

1) 客户的公司战略

2) 客户的业务布局

◎ 说服力练习

2. 挖掘痛点

- 1) 客户痛苦表和内部痛苦链
- 2) 如何挖掘痛点

第四讲：顾问式销售循环

1. 顾问式销售的阶段与目标
2. 拜访前的准备
 - 1) 搜集客户资料
 - 2) 准备书面材料
 - 3) 找出客户可能不满意的地方
3. 开场阶段
 - 1) 拜访的目标与目的
 - 2) 如何引发兴趣
 - 3) 如何进行一般利益陈述
4. 调查阶段
 - 1) 需求层次
 - 2) 如何发展客户的需求，从隐性到显性
 - 3) SPIN 问询技巧（背景、难点、暗示、效益）

◎ 练习 4 种型态问句

5. 展示阶段
 - 1) 产品/服务特性与客户的利益
 - 2) 客户拒绝购买
 - 3) 如何处理客户反对意见
6. 缔结阶段
 - 1) 取得协议的方法
 - 2) 提出适合双方的协议
7. 解决方案
 - 1) 解决方案的构想模型与计划书
 - 2) 解决方案的价值呈现
 - 3) 如何稳固大客户

◎视频赏识《传承》

课程总结及问题解答