

《工业品营销与大客户的销售管理》

【课程背景】

工业品大客户业务公关与销售技巧

为何单一的商务公关签单越来越难?

为何众多原有客户在逐渐流失远去?

为何频繁的出差而难突破销售瓶颈?

为何经验的积累而没有职业的发展?

为何专业的顾问更能赢得客户信任?

为何企业一直在强调技能素质提升?

为何一直没有检视、反思、行动?

在竞争激烈的大环境下，更多企业在进行营销转型升级，在通过素质的强化提升来打造驰骋市场的营销铁军!与传统的消费品相比，产品与行业特点使工业品营销更着重于地面营销人员推广，更希望一线的营销战士能在信息获取、订单跟踪、签单回款、客户管理、市场推广中独当一面!

本课程从专业的角度来讲述销售人员如何运用专业销售技巧去有效提升销售业绩。培训导师有着近 10 年的销售实战经验，从基层业务做起一直到总经理，非常熟知每个阶段销售人员在想什么、做什么、困惑在哪里，在培训过程中能够对具体实务提供操作性极强的解决之道，让学员在培训结束后感到专业销售是高标准的，但也是可操作的，是能够切实帮助企业解决实际问题的!

【课程收益】

1.了解工业品销售的特点、购买流程和客户决策流程;

- 2.了解大客户购买决策步骤及对应策略;
- 3.从不同客户的言行举止中读懂他的真实意图和内心需求;
- 4.掌握判断大客户真实意图的能力，从而避免被“忽悠”;
- 5.掌握客户内部不同人员约见会面技巧和方法;
- 6.学习并掌握大客户情报收集的方法和实际操作;

【课程特色】

讲授、游戏、研讨、案例分析等互动方式，课程引入了最新的教练技术、建构主义、引导技术、行动学习等新式教学方法！

【课程对象】 工业品行业一线销售人员，销售主管，销售经理，大客户经理等

【课程时长】 2天（6小时/天）

【课程大纲】

一、开场破冰定向

- 1、世界上最难做的两件事情是什么？
- 2、梦想-目标-未来
- 3、销售素养提升的核心公式
 - 1) 倒三角模型（信念、行为、成果、我是一切的根源）
 - 2) 成为-行动-拥有，个人成长与企业使命宣誓
- 4、顶尖销售人员应具备的心态和条件
- 5、结果意识
- 6、专业销售新模式，销售人员成长三角形

二、工业品营销概论

- 1、工业品的内涵
- 2、工业品营销与消费品营销的差异
- 3、成为工业品营销精英的 4H 标准

三、工业品营销的本质与困惑

- 1、工业品营销的本质与困惑
 - 1) 工业品营销经历的两个时段
 - 2) 悄然走进工业品营销的“四化”时代
 - 3) 工业品营销的“五唯”误区
- 2、工业品营销的七大特点
- 3、工业品营销的三大要义

四、AT 法则的运用

- 1、信任是什么
- 2、赢得信任的根本大法-AT 法则
- 3、人格体系的建立
- 4、风险计算信任的建立

五、工业品营销的三把利剑

- 1、工业品营销利剑之一：四轮驱动策略
- 2、工业品营销利剑之二：第三渠道模式
- 3、工业品营销利剑之三：品牌四步集成

六、工业品营销的六大步骤

- 1、工业品营销经脉图
- 2、工业品营销的八大困惑

3、工业品营销的六大步骤

- 1) 市场开发
- 2) 客户开发
- 3) 客户拜访
- 4) 分类跟进
- 5) 成交促进
- 6) 辗转介绍

七、工业品营销过程管理的要素

- 1、两张牌：营销政策和业绩考核
- 2、四纵：质量、交期、服务、回款
- 3、四横：市场、客户、人员、后台
- 4、工业品营销过程管理工具：五表、八部曲、五决

八、学习分享，课程结束