

《市场分析与大客户定位》

备案题目：《市场分析与大客户开发》

【授课时间】

1 天 (6 小时)

【授课对象】

销售总监、销售经理、销售精英、老业务员、工业品销售、渠道销售

主讲：曹恒山（大嘴老师）

专业授课 12 年 资深实战派销售培训专家

全国百强老师

中国高级注册培训师

国家二级心理咨询师

美国 NGH 催眠师

江南大学商学院企业家辅导员

畅销书《享受拒绝》作者 作家协会会员

【畅销著作】

《享受拒绝》（畅销 10 年）、《大客户谈判》、《销售这样说才对》、《林妹妹升职记》、《销售必学的性格分析术》、《我适合做销售吗》等。

【选择曹老师的四大理由】

1、经验丰富

曹老师有着长达 12 年的讲课经验，曾为 400 多家企业授课、并为 30 家企业

担任常年销售团队咨询顾问辅导老师。

2、风趣幽默

曹老师主张“快乐学习”，课堂没有填鸭，只有是欢乐、活泼、游戏、故事、讨论及情景演练，使学员在轻松幽默的氛围中学习，让学习过程快乐而有趣。

3、注重心理学研究

曹老师从 06 年起就开始潜心研究心理学，始创“四型人格”，同时还学习了催眠技巧，并将催眠与心理学运用到了销售沟通与成交中，帮助了很多企业小搜员工转变心态，重获新生。

4、学员评分高

由于曹老师课程“干货”接地气又风趣幽默，所以课程满意度非常高，学员平均打分在 97 分以上。

【上课守则】

每个人都是主角

放下一切，尽情参与

只有你要，你才会得到

影响别人学习就等于犯罪

给别人掌声就是给自己掌声

【课程大纲】

序章、团队建设

互动暖身游戏

1、分组并选出组长

2、队名、队呼、队歌、团旗

3、团队风采展示 PK

第一章、市场分析

1、自我分析

对自己产品、企业、市场做一个全面的认识和分析

四个分析：自我分析、企业分析、产品分析、竞争对手分析

分析工具：SWOT 分析法

课堂实战：用 SWOT 法给你的产品做市场优劣势分析

2、产品定位

1) 产品的市场定位——给产品贴标签

2) 价格定位

3) 客户定位——给客户贴标签

3、大客户画像

大客户是谁？

大客户分类依据：二八定律+聚焦法则

——效率最高的销售工作方法

案例：农业银行的大客户分类

4、给客户分级和归类

如何给客户分级 A\B\C\D

给大客户分类、分级别 《选对池塘钓大鱼》

5、大客户信息搜集

客户导入渠道（客户来源）

客户信息的获取

小人物法则

案例分享：扫地阿姨的关键信息

为自己开发“线人”——获取内部信息的关键

6、给大客户建档

客户=拍板人（决策人）+财务负责人+关键人+采购员+线人

获取信任的技巧——投其所好

对客户的信息越准确，越容易获得客户好感

案例分析：哈维麦凯的礼物

客户档案：麦凯 66

曹老师的礼物——曹氏客户档案信息表

第三章、大客户开发

1、大客户名单

销售的第一份投资——准客户名单

名单的质量决定了最后的成交率

获取有价值的客户名单的 6 个方法

2、电话销售

电话销售礼仪

电话中的声音练习

3、接电话技巧

响几声才能接？

接电话开场话术

4、要为电话邀约准备什么？

机会永远留给有准备的人

心态的准备

话术的准备——《百问百答》

5、邀约话术设计

设定理由+选择式缔结

理由的设计——思考：客户为什么要见我？

用时间缔结、用地点缔结、用目的缔结

成功案例分析 课堂模拟练习 A/B 角色扮演

6、邀约成功后的工作

7、邀约失败后

8、课堂练习：实战邀约你的客户

案例：王经理是如何成功邀约李总的

分组角色扮演 A/B 角色互演 课堂分享与点评

二次邀约

第一次见面后的伏笔

二次邀约的话术

9、陌拜技巧

绕过前台技巧

开场与自我介绍

案例分析：扫楼

10、微信营销沟通及邀约技巧

如何通过微信邀约客户

朋友圈的发布技巧

如何用微信引流导入新客户

课后预留 15 分钟学员提问。

课程宗旨：有效、有笑、又有料！

备注：上课会以鱼骨式座位分组，小组 PK，根据课堂回答问题、分组讨论成果、

小游戏互动等分数奖励评选出优秀团队，并颁发奖品，提高课堂互动和氛围。