

---

# 《厚积薄发：客户关系开发与维护》

讲师：叶敦明，工业品营销教练

课时：1天（6小时）

## 上篇：客户关系高效能维护

### （一）摸准大客户关系的脉搏

- 1、案例分析（1）：大客户关系经营 vs 小利益的堆砌
- 2、快速适应大客户的三个做法
- 3、大客户的安全思维—风险控制
- 4、大客户的替代思维—角色安排
- 5、大客户的试炼思维—故意刁难
- 6、大客户的守成思维—厚积薄发

### （二）客户关系的五个阶段

- 1、案例分析（2）：种的是什麼，收的就是什麼
- 2、点对点断续关系阶段
- 3、楔形关系阶段
- 4、网状关系阶段
- 5、钻石型关系阶段

---

## 6、云状关系阶段

### (三) 大客户关系经营的持久战

- 1、案例分析（3）：快快地听，慢慢地说，稳稳地经营
- 2、防御阶段：少犯错，少犯致命的错误
- 3、相持阶段：秉持耐心与爱心，让价值绽放光彩
- 4、反攻阶段：做透一个项目，带动一片业务生机
- 5、分组操练（1）——大客户关系的价值交换
  - 1) 怎样在产品和方案交付之前，就能交付价值？
  - 2) 大客户关系的内部与外部交叉，如何化繁为简？
  - 3) 大客户决策与应用这两个阶段，评价怎样变化？

### 下篇：客户开发的精准与精益

### (四) 亲近大客户的三个得分点

- 1、案例分析（4）：如何炼成客户开发的狙击手？
- 2、了解客户的行业与特定做法
- 3、把握客户的预算节奏
- 4、做成客户高层睡不着觉的事情
- 4、中国式关系营销的货与祸

---

## (五) 三类部门的巧应对

- 1、案例分析（5）：过五关斩六将的策略与路径
- 2、利润部门，提供销售机会的弹药
- 3、必需部门，帮助他们提升职业价值
- 4、资源部门，摸清门道、找对路子
- 5、客户关系的定量化评估

## (六) 销售心理学来助阵

- 1、改变自己的舒适区
- 2、成为客户的啦啦队长
- 3、考虑的比客户多和深
- 4、自尊硬币的正反面
- 5、分组操练（2）--从三个角度看客户开发
  - 1) 客户角度：你能给我带来什么渴望的价值？
  - 2) 业务角度：我有什么让客户精细的解决方案？
  - 3) 管理角度：怎样以中台串起前后台的大创造？