

大客户策略销售

课程简介：

您在面对大客户销售时有以下困惑吗？

我已经很勤快了，可就是业绩不好。不知道运用什么策略，才能开发大客户，拿不到大单？

搞不清销售流程，不知道该在什么阶段做什么事？每次挖需求以后，又不确定是不是客户的真实需求，搞不清客户的潜在需求？拎不清客户的人物角色，不知道如何和他们对话，搞定他们？不清楚客户的性格特点，沟通起来总是效率低？为什么关键人物总是没空？这些问题一直围绕着我们。

课程亮点：

认识大客户的销售流程

帮助你梳理销售思路

带你认识大客户的决策流程

分析大客户的几种角色

不同的客户类型应当如何沟通

优秀的方案呈现，让你如虎添翼

课程时间：2天,6小时/天

课程对象：资深销售人员和销售管理人员、大客户销售人员，B2B销售人员，项目型销售人员等等

授课模式：讲授、游戏互动、案例分析、小组研讨、情景演练

课程收益：通过两天的专业销售培训，你将学习到大客户销售的策略和谋略，通过互动，练习，演练。融入实战当中，切身体会大客户销售中的“策略”重要性。识别关键人物，认识客

户的不同角色的作用，不同的类型客户，应当注意哪些？如何沟通？如何得到认可？从而顺利拿下项目。

课程大纲：

第一讲：开局篇

1、两个问题：

销售是一门艺术，还是一门科学？

逃不出的二八定律，想提升业绩到底靠 20%，还是 80%？

B2B 与 B2C 销售的不同？什么是“大客户”“策略”“销售”？

故事：三个卖水果的销售

2、两个案例：

某石油公司的失败案例

某石油公司的成功案例

3、总结：大客户销售的特点

周期长，意见多，难控制，决策慢

第二讲：识局篇

1、认识客户的购买流程

战略规划、理清需求、方案评估、采购、实施验收、项目应用

2、销售流程的天龙八部

3、销售流程一：客户规划 工具：客户规划表

4、销售流程二：访前准备 工具：访前准备清单

5、销售流程三：激发兴趣 工具：激发兴趣模板

6、销售流程四：需求确认 工具：SPIN 与发问技术

7、销售流程五：接触决策

8、销售流程六：共创方案 工具：共创方案行动计划表

9、销售流程七：商务流程

10、销售流程八：实施交付

第三讲：布局篇

1、客户的角色分类

决策者、守门员、使用者、内线 coach

工具：客户决策分析表

2、决策者

决策者的定义？拜访决策者遇到的挑战？什么样的人会是决策者？决策者关心什么？

3、守门员

遇到的挑战？守门员迷之自信的特点？与之打交道的注意事项？技术者会关心什么？

4、使用者

遇到的挑战？需求部门的重要性？如何沟通说服？

5、内线，教练（coach）

(1) .Coach 的标准与作用 (2) .Coach 的种类 (3) .如何发现 coach (4) .如何培养 coach (5) .如何保护 coach

第四讲：稳局篇

1、与孔雀型客户的交往

2、与老虎型客户的交往

3、与猫头鹰型客户的交往

4、与考拉型客户的交往

5、不同类型的客户沟通策略 工具：客户性格分析表

6、客户性格对应客户的角色

第五讲：拆局篇

1、常见的几种局式

2、拆局之独孤九剑

打平局

半途而入

预算的约束

停止不进

两三个死敌

领导支持对手

临时换人

低价搅局

见缝插针

3、如何有效的利用资源

4、销售资源的分类 工具：销售资源规划表

5、销售资源的维护

第六讲：结局篇

1、有效呈现的基本框架

2、常见呈现的五种方法

产品介绍法，对比分析法，标杆案例法，参观考察法，数据分析法

如何做标杆案例的呈现

3、产品介绍的法则

FABE 法则（产品思维）

SPAR 法则 (场景思维)

4、呈现常范的错误

总结：复盘改善与行动计划