

攻无不克 战无不胜

大客户开发的销售漏斗

张良全

【课程背景】

在 B2B 企业的大客户销售过程中，常常出现以下问题：

1. 销售经理的普遍存在盲目性和随机性，积极性很高但是方向性不强，业绩主要靠运气？
2. 跟进客户各个阶段的销售技巧，存在着随个人变化而变化，成功率低？
3. 优秀销售的方法论无法萃取，难以形成团队整体素养，进而带动团队竞争力的提高？

以上现象的出现，主要有以下几个原因：

1. 大客户销售团队缺乏统一的大客户的规律归纳和总结，没有整体方法论和工具；
2. 针对大客户开发的每个阶段，缺乏相应的知识储备，和技能训练。

激烈竞争的时代，B2B 企业管理者如何知彼知己，帮助大客户销售建立统一的客户开发整体方法论呢？又如何在每个阶段，都有更高成功率的知识储备，和技能方法呢？进而大大提高大客户开发的效率效果，提高团队的整体销售业绩，让企业更快发展呢？

本课程区别其他课程聚焦只讲理论和特殊案例，而是聚焦数十个大客户销售过程中的实际问题，提供若干个落地工具，通过导师带着学员进行大量实战化演练、提供实测有效的工具，现场解决问题。一看就懂，一听就会，一练就熟，课上就用。

【课程收益】

- ★ 了解大客户需求的四个维度和三个层次
- ★ 掌握大客户销售漏斗的七个阶段，和销售漏斗工具的使用
- ★ 掌握陌生电话六步法、客户日志、Y型结构、YADB 沟通法等落地工具
- ★ 学会打动客户的企业简介、客户方案的设计思路和制作方法
- ★ 掌握企业与客户之间的商务模型归纳思路和方法

【课程特色】

- ★ 实战：围绕企业真实场景；
- ★ 通俗：深入浅出灵活接地；
- ★ 过程：循循善诱环环相扣；
- ★ 落地：工具方法马上能用。

【课程对象】

董事长、总裁、总经理、各级总监等高级管理人员
大客户总监、销售经理、渠道负责人等中级管理人员

【课程时间】 12-18 小时

【课程大纲】

一、大客户开发过程，可以分为哪些阶段？

1、大客户的需求，存在哪些维度呢？

- 产品、个人、流程、发展

2、大客户开发分为哪些阶段？

- 客户筛选、建立联系、客户跟进、挖掘需求、设计方案、商务谈判、合同签订、

售后服务

3、大客户开发的销售漏斗，怎样管理？

- 客户和项目、权重、阶段

案例：EMV 公司销售漏斗、艺龙旅行网等

工具：销售漏斗、职业人设

形式：课堂讨论、头脑风暴、小组共创

二、在筛选客户和建立联系阶段，有哪些技巧和工具？

1、怎样筛选出最优价值的客户，赢在起跑线？

- 匹配条件、行业、信息获取渠道

2、怎样与客户建立高质量的直接联系，一见如故深入人心？

- 蛛丝马迹了解客户性格
- 第一次陌生电话打动人心
- 爆款企业简介四要素
- 让有需求客户主动来找你的小妙招

案例：EMV 简介、移动客服、华尔街之狼等

工具：客户信息表、陌生电话六步法、企业简介四要素、Y型结构、方案表格

形式：视频、案例分析、课堂练习、头脑风暴等

三、在客户跟进、需求挖掘阶段，有哪些方法和工具？

1、不同类型的大客户，有哪些跟进策略？

- 广种薄收、月月跟进、天天驻场

2、怎样挖掘大客户的潜在需求？

- 个人需求、部门需求、企业需求、购买角色

3、与大客户的销售沟通，有哪些技巧？

- 客户关系、产品介绍、异议处理、谈判技巧

案例：联想 EDM 项目、我爱我家、华为云、得到等

工具：5WHY、YADB 沟通法等

形式：课堂讨论、头脑风暴、小组共创

四、如何设计脱颖而出的方案建议书，独占鳌头？

1、让人印象深刻的专业方案建议书，具有哪些思维特点？

- 全脑思维：动物脑、情绪脑、理性脑
- 模型思维：服务模型、业务模型

2、怎样制作你的方案建议书？

- 建议书结构、PPT 技巧

案例：加多宝 PK 红牛、联想竞标、太平洋保险、SOCCERX 等

工具：动物脑九个特征

形式：课堂练习、头脑风暴、和团队共创

五、在商务谈判、合同签订、售后服务阶段，有哪些技巧？

1、如何在商务谈判中，争取最大优势？

- 有限游戏和无限游戏、黄金法则

2、如何让客户顺利签订合同？

- 催单秘诀、经典话术、提前设置标准、签单迹象

案例：17GAME、HP 等

形式：课堂练习、头脑风暴、和团队共创