

能言善写 打动客户

大客户销售的客户沟通和文案技巧

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. 销售经理由于缺乏专业的陌生电话技巧，无法和陌生客户建立联系？
2. 建立联系后，发送给客户的企业介绍五花八门，客户根本不想看，看不懂，无法留下深刻印象，甚至留下负面印象？
3. 在于客户沟通的过程中，处理异议的方法不当，导致客户情绪，难以推进合作？
3. 深挖客户需求后，制作的方案建议书，枯燥乏味，逻辑欠缺，说服力差，降低方案竞争力？

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专业的陌生电话培训，和客户异议处理培训；
2. 缺乏统一规范的企业介绍范本，针对大客户的需求了解肤浅，缺乏相应的知识储备和应对方案；
3. 制作企业简介文件和方案建议书，缺乏相应的训练和支持。

激烈竞争的时代，B2B 企业管理者如何知彼知己，帮助大客户销售提高个人的沟通技巧与陌生客户迅速建立联系呢？又如何是客户表达异议时，进行温和处理，化干戈为玉帛呢？如何设计和发送打动人心的企业简介和方案建议书大大提高打单成功率？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】 6-7 小时

【课程大纲】

一、大客户销售开发过程，存在哪些沟通场景？

1、大客户的需求，存在哪些维度和变量呢？

- 产品、个人、流程、发展

2、大客户开发的销售漏斗包括哪些阶段？

- 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、大客户开发的过程，重点要解决哪些沟通场景？

- 陌生电话、企业简介、客户异议、方案建议书

案例：ABC 财务软件等

工具：大客户需求罗盘、销售漏斗、职业人设

形式：课堂讨论、头脑风暴、小组共创

二、怎样打好第一个陌生电话，迅速跟客户建立优质沟通通道？当客户产生异议的时候，如何温柔化解，化干戈为玉帛？

1、不同层次的大客户销售怎样打出第一个陌生电话？

- 骚扰电话、移动公司、职场精英

2、怎样打出高价值高质量的第一个陌生电话？

- 预备心态、预备价值、预备关心
- 脚本撰写、电话练习

3、怎样温柔化解客户提出的异议，化干戈为玉帛？

- 聊天流程、异议处理

案例：EMV 简介、移动客服、华尔街之狼、华为云、得到等

工具：客户信息表、陌生电话六步法

形式：视频、案例分析、课堂练习、头脑风暴等

三、怎样设计和制作打动客户，留下深刻专业印象的企业简介？

1、常见哪些类型的企业简介？

- 临时拼凑型、我很棒型、问题解决型

2、怎样设计打动人心的企业简介逻辑？

- Y型故事、编剧技巧

案例：EMAILVISION 等

工具：Y型结构等

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