

# 批量打造精英销售

## 孙悟空式大客户销售

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. 销售团队士气低落、得过且过，如何启动销售的信念、使命感和激情？
2. 企业客户需求千变万化，错综复杂，怎样知己知彼百战不殆？
3. 销售过程扑朔迷离，有哪些高级技巧，可以步步为赢，提高每一步的胜率？
4. 如何克服团队内部和外部阻力，让客户主动上门，让业绩指数增长？

以上现象的出现，主要有以下几个原因：

1. 缺乏清晰的个人职业目标体系，来激发正向积极的心态；
2. 缺乏系统化、结构化、实战化的专业技能素养。

激烈竞争的时代，B2B 企业管理者如何帮助大客户销售经理建立自动自发的积极职业心态？如何让销售经理们精准定位客户需求沟通有的放矢？如何迅速提高销售工作每个环节的销售技能？如何让整个团队的业绩实现指数级的增长？

本课程区别其他课程聚焦只讲理论和基本方法，而是聚焦上百个大客户销售过程中的实际问题，提供 20-40 个落地工具，通过导师带着学员进行大量演练、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】

- ★ 掌握大客户销售的 4 个表格文件，建立大客户销售管理体系
- ★ 现场制定 8S 个人职业目标体系、激活销售积极主动的职业心态
- ★ 掌握大客户需求罗盘的四个象限、深度了解并匹配客户需求
- ★ 精通销售漏斗各阶段的核心目标和通关方法
- ★ 掌握客户关系、销售沟通、促单技巧、文档准备方法
- ★ 掌握 NPS、效能公式模型等方法，提升客户质量，让销售业绩倍增

### 【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】 12-24 小时

### 【课程大纲】

一、销售团队士气低落、得过且过，如何启动销售的信念、使命感和激情？

1、为什么同样辛勤努力的取经团队，有人成佛升为高管，有人还做凡人继续受累？

- 四种销售：唐僧、孙悟空、猪八戒、沙僧
- 普通销售和卓越销售的区别：态度、能力

2、怎样激发销售的长期愿景，让工作充满意义？

- 满意度的四个级别、三个原因、工作的意义、三面小红旗
- 目标心锚、场景式自我激励

### 3、怎样实现销售职业能力的个性化自我成长？

- 个人能力两个维度、能力九宫格、入行的标准

### 4、怎样在公司利益和客户利益间建立平衡？

- 客户价值阶梯、中国饺子式沟通法、个人能力护城河

### 5、怎样抓住销售工作的本质，为企业创建长期恒定的价值？

- 高质量关系的优势、关系构建步骤、两种模式、三种类型

### 6、怎样长期保持积极、主动的职业心态？

- 8S目标体系一张表

### 7、怎样保证高效精准地努力，不做低效无用功？

- 目标的笈帚模型、优秀与卓越的差异、SMART
- 职业发展规划、四种战略

案例：西游取经团队、斯坦福大学、阿里、苹果、被误会的销售、公式相声、email vision、超级演说家等

工具：8S 馅饼、笈帚模型、场景电视、价值观小阶梯、能力窗格、关系拨浪鼓、满意度小红旗、冰箱装大象

形式：视频案例、课堂讨论、课堂练习和分享

## 二、企业客户需求千变万化，错综复杂，怎样知己知彼百战不殆？

### 1、企业级客户的需求，存在哪些共同规律？

- 两个原因、四个象限、三个层次、结构化表达

### 2、在产品服务方面，不同层级角色的客户都有哪些个性化的需求？

- 细节层次、功能层次、价值层次

### 3、个人需求方面，不同性格的客户，该如何应对，才能全面周到？

- 自我中心、原则、客观理性、客户沟通链

### 4、企业级客户的采购过程中，存在哪些购买角色及特点？

- 独裁、流程、授权、TB/EB

### 5、如何面对企业客户对产品创新与发展方面的需求？

- 创新扩散规律、保守、主流、领先

案例：ABC公司购买财务软件、大都会保险、BYD、太平洋保险等

形式：课堂练习和讨论

## 三、销售过程扑朔迷离，有哪些步步为赢的高级技巧，大大提高每一步的胜率？

### 1、怎样定义和管理销售过程，才能确保完成销售任务指标？

- 销售漏斗、权重、管理文件、任务优先级、职业人设

### 2、怎样筛选出最有价值的客户？赢在起跑线上？

- 匹配条件、行业、获取联系方式、信息表记录

### 3、怎样与客户建立高质量的直接联系？一见如故深入我心？

- 打动人的陌生电话、温暖的微信沟通、爆款企业简介四要素、群发邮件让客户来找你

### 4、怎样高质量地跟进全部客户？疏可走马密不透风？

- 三种跟进策略、客户日志小秘书

### 5、怎样与客户初次见面就建立互信关系，挖掘客户需求？有理有据舌战群儒？

➤ 见面如故的人际技巧、高说服力的 PPT、模型思维、全脑思维、提问技巧

#### **6、怎样制作项目建议书？怎样催单？临门一脚，怎么踢得更舒服？**

➤ 结构化建议书、文档技巧、促单技巧等

#### **7、为什么说成交是服务的开始？敢不敢象你说过的那样爱我？**

➤ 40 度的服务、客户关系、定期沟通等

案例：联想 EDM 项目、17GAME、经济网、于谦老师、艺龙旅行网、太平洋保险等

工具：客户信息表、销售漏斗文件、客户日志表、陌生电话六步法、企业简介六要素、问题三要素等

形式：视频、游戏、案例分析、课堂练习

#### **四、如何克服团队内部和外部阻力，让客户主动上门，让业绩指数增长？**

##### **1、影响销售业绩的内外部因素，都有哪些？**

➤ 万能效果公式

##### **2、怎样让客户主动上门，让业绩倍增，指数增长？**

➤ 兔子数列、三种客户、NPS 的测量

##### **3、怎样搞定内部客户协作，以及激励政策怎样影响销售业绩？**

➤ 激励政策、团队协作

案例：CPS、DELL、京东、恋爱效果、DOUBLECLICK 法务、宇丰商务车等

形式：课堂练习、小组讨论