

# 知彼知己 百战不殆

## 大客户需求罗盘工作坊

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. 企业产品日新月异，销售经理们对产品知识不熟悉，对服务卖点不熟练，导致与客户沟通过程中，底气不足，给客户留下不专业的印象？
2. 客户需求千变万化，错综复杂，销售经理们往往凭着个人经验做出主观判断，往往有失偏颇，也让团队销售业绩良莠不齐？
3. 在企业产品和客户需求匹配的过程中，主观性、随意性非常普遍，让销售错过客户，企业错失良机？

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清晰的大客户需求规律的总结、归纳；
2. 针对大客户的需求规律缺乏统一的商务模型服务方法，和相应知识储备、应对方案；
3. 在针对具体客户需求，提供企业解决方案的过程，缺乏统一的标准流程和工具。

激烈竞争的时代，B2B 企业管理者如何知彼知己，帮助大客户销售总结概括本企业的大客户需求规律呢？如何让销售经理们针对大客户的各项需求，准备好充足的预备方案呢？如何迅速提高正题销售团队，每个成员在匹配需求，提供针对性解决方案上，都能够高效精准呢？进而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】

- ★ 了解错综复杂需求和种类繁多产品之间的规律总结思路
- ★ 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
- ★ 掌握在产品服务方向上，不同层级客户的需求关键节点、归纳产品服务知识结构体系
- ★ 掌握在客户关系层面上，识别不同性格的客户，和高级销售沟通技巧，与客户建立深层互动关系的方法
- ★ 掌握购买流程过程中，大客户内部不同购买角色的分工
- ★ 掌握客户企业文化基因，对购买决策的影响，及应对方式
- ★ 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
- ★ 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、大客户需求千变万化，错综复杂，可以归纳出哪些简单规律呢？

##### 1、大客户的需求，存在哪些维度呢？

➢ 产品、个人、流程、发展

##### 2、大客户需求每个维度，包含着哪些变量呢？

➢ 产品服务、个人需求、流程、企业文化

##### 3、怎样客观全面归纳大客户需求规律？

➢ 大客户需求罗盘、四个象限、三个层次

##### 4、如何例用大客户需求规律，提高大客户销售效率效果？

➢ 三层模型、两个表格

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：课堂讨论、头脑风暴、小组共创

#### 二、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？

##### 1、客户基层员工对企业产品服务有哪些具体需求？

➢ 操作性、便利性、安全性

##### 2、客户中层经理期待企业产品服务的解决方案问题？

➢ 试探期、常规期、突破期

##### 3、客户高层管理者，对的产品服务合作，希望获得哪些价值？

➢ 经济性、战略性、互补性

案例：联想 EDM 项目等

工具：结构思考力、Y 型结构、方案表格

形式：案例分析、课堂练习、头脑风暴等

#### 三、个人需求方面，不同性格的客户，该如何应对，才能全面周到？

##### 1、大客户的个人性格需求，存在哪些维度呢？

➢ 自我中心、独特原则、客观理性

##### 2、怎样与企业客户各个角色的任，建立亲和的信任关系？

➢ 我喜欢你、我帮助你、我很温柔

##### 3、怎样打好给陌生客户的第一个电话？

➢ 新手菜鸟式、移动客服式、明星精英式

案例：移动公司、华尔街之狼、房屋中介等

工具：陌生电话六步法、YADB 沟通法、客户日志

形式：课堂讨论、头脑风暴、小组共创

#### 四、大客户购买流程和企业文化，对大客户销售，有哪些具体影响？

##### 1、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

##### 2、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：红楼梦贾芸求职、中国医药协会等

形式：课堂练习、头脑风暴、和团队共创

