

大客户营销培训课程

二八法则启示我们，20%的客户创造了企业80%的利润，企业80%的销售是由20%的大客户贡献的，所以大客户营销的水平直接影响着企业的兴衰。因此，针对大客户销售精英，如何经营好这20%的大客户，已成为企业经营成败的关键。所以，《大客户营销》已成为企业培训大客户销售精英的必修课程。

【课程目标】

课程完成之后，学员能够：

- 1、知道大客户的特征及谁是大客户。
- 2、掌握寻找大客户的方法及大客户资料的信息来源和重要意义。
- 3、形成建立大客户营销新模式的理念
- 4、掌握大客户采购流程及应对营销策略
- 5、领悟和运用大客户营销常用的九种武器
- 6、掌握大客户营销关键三要素，做好三件事。

【课程大纲】（课时三天）

一、谁是你的大客户？

1、思考、回想、情景展现

- ❖ 你经常联系的客户有几个？占你客户群数量的比例？
- ❖ 这几个客户的销量占你的客户群销量的比例？

2、遵循“二八法则”，营销大客户！

- ❖ 案例：两个典型的统计数据

3、销售额大就一定大客户吗？

- ❖ 客户价值金字塔模型
- ❖ 大客户定义
- ❖ 大客户的选择标准

4、大客户与一般客户在销售过程中有什么不同？

5、大客户营销的五大特征

二、如何寻找大客户

(一) 大客户信息来源

- 1、大客户从那些渠道找到产品
- 2、寻找大客户的信息渠道
- 3、发现并找到大客户

- ❖ 培养潜在的大客户
- ❖ 公司中原有客户的发掘（二次开发）
- ❖ 开发新的大客户

(二) 大客户背景资料

- 1、大客户的背景资料包括什么？
- 2、为什么要搜集大客户的背景资料？
- 3、如何搜集大客户的背景资料？

(二) 大客户项目资料

- 1、大客户的项目资料包括什么？
- 2、为什么要搜集大客户的项目资料？
- 3、如何在第一时间知道大客户的采购计划？

(三) 大客户的个人资料

- 1、大客户的个人资料包括什么？
- 2、为什么要搜集大客户的个人资料？
- 3、如何搜集大客户的个人资料？

问题讨论：

❖ 有没有一种资料会让销售人员能够在竞争过程中，取得优势、压倒竞争对手呢？

❖ 在销售活动前期搜集的资料中，大客户背景资料（竞争对手的资料）、项目的资料、大客户的个人资料，你认为哪一种是最重要、最富竞争力的？

案例：拿下订单那些事

三、建立大客户营销新模式—信任营销

（一）影响客户采购的要素

案例：杂货店

（二）销售的四种力量

案例：卖梳子

（三）我们到底在销售什么？

- 1、专业销售模式
- 2、专业销售新模式
- 3、大客户营销的“四度理论”
- 4、大客户营销新模式--信任营销

5、如何与大客户建立互信关系呢？

四、大客户采购流程及应对营销策略

(一) 大客户采购流程

- ❖ 大客户采购流程图解
- ❖ 影响大客户采购的六类客户
- ❖ 三个必经的采购流程
- ❖ 在大客户的采购流程中您认为那一步在大客户营销中最能与大客户建立起互信关系？

(二) 针对大客户采购流程的销售应对策略

- ❖ 针对大客户采购流程的销售应对策略图解
- ❖ 大客户销售拜访前的准备工作
- ❖ 大客户营销常用的九种武器

(三) 成功营销大客户的关键三要素：做好三件事

1、找对人 ---营销成功的第一要诀

- ❖ 找对人比说对话更加重要！
- ❖ 案例：相互踢皮球，320万订单该不该放弃？

- ❖ 大客户营销业务拓展方式
- ❖ 找对人的关键
- ❖ 找对人的五项法则

2、说对话 ---营销成功发展客户关系的润滑剂

- ❖ 说对话，让客户喜欢你；建立良好的客户关系。
- ❖ 营销员与大客户建立互信关系的四种类型
- ❖ 搞定大客户关系的三个锦囊
- ❖ 说对话，建立关系的五个层次

3、做对事 ---营销成功的关键

- ❖ 案例：项目迟迟没有回音，怎么办？
- ❖ 成功的销售不是如何去说服客户。而是对客户的需求作出最精确的判断，根据判断出来的需求，然后再选择和解释产品，为客户提供正确的解决方案。