

《大客户营销》

——大客户定位、开发、关系维护与谈判技巧

课时：3-4天（每天6小时）

主讲：曹恒山（大嘴老师）

专业授课16年 中国实战派营销培训专家

南通理工学院 企业发展研究院院长

江苏培训行业联谊会 会长

畅销书《大客户营销》作者

中国高级注册培训师

国家二级心理咨询师

美国 NGH 催眠师

无锡作家协会会员



老师主要著作：《大客户营销》、《鱼塘式营销》、《林妹妹升职记》、《享

受拒绝》、《谁懂客户谁拿订单》、《销售这样说才对》、《我适合做销售

吗》等10本。

选择曹老师的四大理由：

1、经验丰富

曹老师授课 16 年，曾为 800 多家企业授课、为 50 余家企业担任常年营销咨询顾问，所以无论是授课经验还是案例与技巧的积累，都是非常丰富的。

2、风趣幽默

曹老师主张“快乐学习”，课堂没有填鸭，只有是欢乐、活泼、游戏、故事、讨论及情景演练，使学员在轻松幽默的氛围中学习，让学习过程快乐而有趣。

3、实战接地气

曹老师是一线销售出身，又担任多家企业管理顾问和团队教练，因此手里的案例丰富，课程内容大多都是学习后马上就能运用到工作中去的“干货”，而且课堂中曹老师会安排很多模拟练习。

4、学员评分高

由于曹老师分享的“干货”多、课程实战接地气，又风趣幽默，所以课程满意度非常高，学员平均打分在 97 以上，人称“三高老师”：**满意度高、返聘率高、课量高**，2019 年授课量达到 230 天！

上课守则

每个人都是主角

放下一切，尽情参与

只有你要，你才会得到

影响别人学习就等于犯罪

给别人掌声就是给自己掌声



课程大纲

暖身破冰

分组：报数分组、选出小组组长

两天课程以小组为单位进行 PK 最终选出优胜小组

第一章、大客户定位、管理与开发

本章收益：

- 1、大客户定位，学习客户画像技巧；
- 2、有效管理大客户的信息，方便“投其所好”；
- 3、学习开发大客户的最新最有效的方法。

一、大客户画像

大客户分类依据：二八定律+聚焦法则

大客户画像的6个原则

案例：某银行的大客户分类

课堂练习：给自己的目标客户“画像”

二、客户分级和归类（鲨鱼战略）

如何给客户分级 A\B\C\D

给大客户分类、分级别 《选对池塘钓大鱼》

课堂练习：给自己的客户分类（制作表格）

三、大客户信息管理

客户导入渠道（客户来源）

客户信息的获取

小人物法则

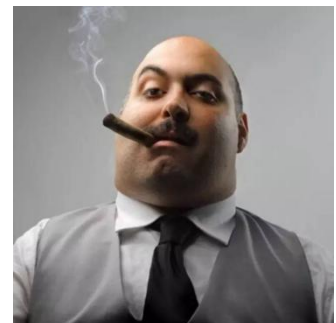
案例分享：扫地阿姨的关键信息

四、大客户开发

1) 鱼塘式营销（圈层营销）

通过鱼塘式营销理念，轻松开发潜在大客户资源

鱼儿：精准大客户 鱼塘：大客户的聚集地 塘主：鱼塘负责人 养鱼：客户关系



维护 钓鱼：谈判成交

课堂练习：制定一个适合自己产品的鱼塘式营销计划

2) 异业拓客

异业合作技巧——微信互推

搭建财富立交桥

主动出击，搭建属于自己的财富立交桥

课堂互动：通过自己的微信与异业“互推”获取客户

3) 转介绍技巧

新客户都在老客户身边

最有效的开发大客户技巧：老客户转介绍

转介绍的好处

朋友圈转介绍四步流程

课堂互动：做一个有效的朋友圈转介绍

第二章、大客户关系维护

本章收益：

- 1、学习如何破冰，如何快速与客户建立信任关系；
- 2、如何通过心理学沟通技巧拉近关系。

销售成交的四大要素：需求、购买力、决策人、信任

一、聊天技巧

跟大客户聊什么？——他们感兴趣的话题

聊天技巧的核心：听故事

听客户成功创业的故事、事业成功的故事

二、套关系技巧（关系营销）

与客户快速拉近距离的方法——套关系（套近乎）

没有关系创造关系

套近乎的 20 个关键词：老乡、本家、抽烟、喝酒……

三、赞美技巧——让客户飘飘然

赞美是世界上最廉价却又最珍贵的礼物。

PMP 法则

故事：一百顶高帽子

夸赞的六个关键技巧

如何找到赞美点

团队 PK 游戏：比赛哪个团队能够快速找出同事的赞美点

四、投其所好

给大客户建档

了解客户需求以外的需求

故事：麦凯 66 问

案例：一个泡脚桶带来的两百万生意

第三章、挖掘大客户精准需求

本章收益：

- 1、学会有效发问，充分关注客户的产品需求和非产品需求；
- 2、通过认真聆听，让客户说得更多，我们了解得更清晰；
- 3、如何运用调研了解更多的需求细节。

一、有效发问技巧

1) 选择式提问技巧——选择式开场、选择式邀约、选择式成交

课程互动：美国华侨买房子

2) 反问技巧

故事：拂晓就撤退

案例：尚层装饰的金鸡湖别墅案例

3) 给答案技巧

想要一个正确的答案，先给一个错误的让客户否定。

案例：接待客户开场

现场互动：给答案练习

4) 以问收尾技巧

课堂模拟练习 角色扮演

经典案例分享：卖李子

课堂讨论：四个小贩的区别

二、聆听技巧——获取客户最准确的产品需求

30/70 法则

案例：乔·吉拉德的失策

成为客户的私人心理咨询师

成为良好倾听者的 8 项秘诀

微笑倾听的力量

三秒钟法则

三、深度调研

1、调研问卷的设计

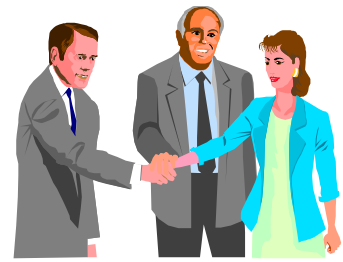
2、访谈前的准备

3、调研问题的设计

第四章、大客户谈判与成交策略

本章收益：

- 1、学习阐述保险产品给客户带去的价值；
- 2、如何应对客户抗拒；
- 3、捕捉成交信息，达成交易。



谈判得来的都是净利润！

一、FBI 产品价值说明技巧

- (1) 特点(Feature)：“因为……”
- (2) 好处(Benefit)：“从而有……？”
- (3) 证据 (Illustrate)：“举例来说……”

销售不是卖产品本身，而是卖产品可以给客户带去的“好处”。——乔吉拉德

天平法则

课堂练习：用 FBI 策略设计 2 款产品的介绍流程

二、报价技巧

- 1、三不报价
- 2、不报裸价
- 3、三明治报价法

课堂互动：A/B 角色扮演 运用“三明治报价法”做报价练习

三、解除客户抗拒

客户的任何抗拒都等于在问我们一个问题。

重新框视法

“太贵了”=？

解除抗拒的核心技巧：平行架构法

平行架构法的流程 案例分析

课堂互动：分组演练如何解除客户抗拒

四、成交前的信息捕捉

没有最好的成交技巧，却有最好的成交时机！——世界第一销售冠军汤姆霍普金

斯

通过客户语言捕捉成交时机

通过客户沟通中的提问捕捉成交时机

五、杀单技巧

又称为“逼单法”

逼单的目的——逼出抗拒

用合同逼单

轮杀技巧——成交必杀技（练习：用团队协作签单）

六、短缺策略成交技巧

得不到的就是最好的

短缺策略的流程

课堂互动：练习短缺话术

七、从众成交法

客户见证的妙用

八、“起死回生法”

又称“门把销售法”

起死回生的流程

课堂互动：A/B 角色扮演

课堂练习：门把策略

课后预留 10 分钟学员提问。

课程宗旨：有效、有笑、又有料！