

## 信息收集 发展线人 (2天12时)

### 【学习对象】

本课程适用于企业销售经理、销售主管、销售人员，也适用于企业其它致力于提升B2B销售能力的员工。

### 【学员收获】

通过两天围绕大客户信息收集、筛选、分析的方法和搞定线人13刀体系的讲解，案例的分析，工具运用的分享，让参训学员获得以下系列提升：

- 1、大客户或项目型销售前期需要建立的情报体系，五大情报的价值与应用；
- 2、信息收集18种方法与应用，如何识别分析真假情报，掌握采购情报与竞争情报的动态性与实时性，如何验证情报的有效性；
- 3、客户或项目的风险分析与把控，正确筛选靠谱的项目和客户，提供分析工具；
- 4、项目的成单率与问题分析，在不同阶段评估项目成单的概率；
- 5、线人的价值与战略意义，如何鉴别真假线人，客户的五层立场及识别；
- 6、如何寻找和发展外线及内线（教练），不同层级教练的价值；
- 7、如何培养和利用线人，如何利用线人突破高层；
- 8、如何保护和掌控内线；
- 9、如何防止被线人忽悠，如何识别线人反水，如何识别竞争对手的内线；
- 10、大项目如何在多方或不同业务线布局多线人；
- 11、布局如何管理好线人预期，控制开发成本，如何突破线人陷阱；
- 12、如何发展线人，线人的开发步骤、策略与方法。

### 【课程特色】

>>课程可定制：本课程是大客户销售情报与线人板块极具实战性和可操作性的系列课程之一，其课程设计遵循实战定制课程七步流程：**需求调研---问题分析---方案确认---提供案例---培训实施---提供工具---落地辅导**。可以用企业自己的问题案例现场解决企业的问题。

>>训练有特色：培训过程中每个模块遵循汪奎老师独创的四步流程：**道(为什么)~术(怎么做)~案例~工具(落地)**，通过案例思考、小组研讨、情景互动、案例总结引申等方式，让学员打开心门与老师一起思考、一起互动，帮助学员建立正确的思维体系，真正掌握并能够转化应用工具和方法。

>>讲师更实战：讲师本身就是从销售一线成长起来的企业家，有6年一线大客户销售实战经验和15年营销管理经验，8年工业品营销培训与咨询经历。

>>工具可落地：本课程近几年已经被超过100多家企业培训后落地推进，全面提升了销售团队大客户销售能力，**课程结束后提供一个月免费电话辅导**。

【标准课时】2天12小时（6小时/天）

【授课方式】采取“培”与“训”相结合的形式，“**实战演练+现场辅导+工具落地+行动计划**”四位一体的咨询式培训模式

【课程大纲后附有老师的简介】

## 课程大纲

### 一、信息收集

- 信息收集的四大步骤
  - 1、项目的五大类核心信息的价值
  - 2、重要客户的十二条重要个人信息
  - 3、信息收集的十八招
  - 4、突破门卫的十个方法
  - 5、如何确认并筛选项目信息

案例：十拿九稳的项目为何落单了？
- 项目立项的五大要素
  - 1、如何填报项目信息

工具：项目信息登记表

  - 2、项目立项的五大要素
  - 3、项目立项评估的方法

工具：项目立项评估表

案例：相互踢皮球，800多万的项目可以立项吗？

### 二、发展线人的策略与方法

- 深度接触是项目成功的关键
  - 1、项目失败的三大原因
  - 2、提升项目成单率的两大应对策略

案例：伊拉克战争的情报战

案例：力拓情报门事件的启示

  - 3、深度接触的三大任务
    - ✓ 发展 1-2 名线人
    - ✓ 获取 3 大核心情报
    - ✓ 制定竞争策略与客户突破策略
  - 4、线人的四大优势
  - 5、线人的三大作用
- 线人所具备的特点
  - 1、线人的四度模型
  - 2、四类不同的线人
  - 3、不同时期发展不同线人
- 将哪些人发展成线人
  - 1、线人帮我们的深层次目的
  - 2、哪些人是发展线人的首选
  - 3、对线人的能力与素质要求
  - 4、发展线人的指导原则

### 5、从五个维度找线人

案例：客户内部关系复杂，该如何找到线人？

- 如何评估线人的价值
  - 1、理性评估线人价值的方法

工具：线人价值评估表

  - 2、如何感性评估线人的价值

案例：应用工具评估四个角色的价值
- 如何保护线人
  - 1、线人的角色定位
  - 2、何时可以让线人引荐高层关系
  - 3、哪些行为可导致线人暴露
  - 4、提醒线人的三不要
  - 5、线人一旦被怀疑或暴露该如何应对

案例：煮熟的鸭子真的要飞了吗？
- 如何分层发展多个线人
  - 1、多线人原则
  - 2、线人的三个层次
  - 3、不同层级线人如何对接
  - 4、多线人如何控制成本

案例：天津汽车项目如何发展多线人？
- 如何培养并指导线人开展工作
  - 1、如何培养线人的忠诚度
  - 2、如何建立线人项目共同体关系
  - 3、指导线人可做的 7 项工作
  - 4、如何指导线人给对手提供虚假情报

视频《潜伏》片段解读与启示
- 如何防止被线人忽悠
  - 1、如何进行人品把关
  - 2、如何进行角色认定
  - 3、如何进行信息交叉确认
  - 4、如何进行投石问路

案例：极具诱惑力的陷阱
- 如何由基层线人推进高层关系
  - 1、项目运作两类途径
  - 2、爬楼梯式公关
  - 3、双螺旋式上下互动

4、如何选择项目的运作途径

**案例：面对这位科长我该如何推进？**

- 如何识别线人反水
  - 1、线人反水原因分析
  - 2、线人反水的 17 个征兆
  - 3、如何应对线人反水
- 线人开发的五大步骤
  - 1、找到并分析对我方有好感的联系人
  - 2、了解业务联系人个人需求
  - 3、发展并推进联系人个人关系；
  - 4、建立项目目标和利益的共同体
  - 5、培养并指导线人推进项目

### 三、线人关系的开发策略

- 线人的需求分析
  - 1、线人需求的四个维度
  - 2、物质利益的四重密码

**案例：400 万的项目怎么谈飞了？**

**工具：客户需求分析工具**
- 客户立场的五个层级
 

**工具：客户立场分析**

**案例：分析项目中三个角色的立场**
- 客户关系的六个台阶
 

**案例：分析判断客户关系的阶段**
- 如何建立良好的第一印象
  - 1、建立良好第一印象的五个秘诀
  - 2、客户拜访的准备
  - 3、客户拜访的 8 大开场白
  - 4、经典的 8 大破冰策略与方法
  - 5、识别客户的沟通态度
  - 6、如何建立深刻的客户印象
  - 7、如何为下一次拜访做铺垫
  - 8、客户拜访效果的评价

**演练：客户第一次拜访**

- 推进客户亲近度的 15 大利器
  - 1、寻找并建立共同点
  - 2、肯定并认同的技巧与话术
  - 3、赞美的技巧与话术
  - 4、重复的技巧与话术
  - 5、倾听的 5 重策略与方法
  - 6、天下“三大问”
  - 7、如何投其所好
  - 8、帮助客户解决难题--雪中送炭的学问
  - 9、推进客户关系五层话术
  - 10、推进客户关系三类活动
  - 11、如何造场控场，通过场影响客户
  - 12、基层客户推进关系的两大策略
  - 13、搞定高层的三板斧
  - 14、搞定高层的 7 大策略
  - 15、客户关系六层台阶如何层层推进

**演练：技巧演练与评价**

- 如何建立客户的信任度
  - 1、客户信任的根源
  - 2、信任度与亲近度的关系
  - 3、工业品营销的信任树
  - 4、建立信任的 6 大策略
    - ✓ 顾问式营销思维
    - ✓ 专业与行业知识
    - ✓ 典型案例与结果
    - ✓ 亲身或现场体验
    - ✓ 履行承诺
    - ✓ 权威推荐

**案例：大西洋制罐新建项目的运作**

## B2B 营销和团队打造资深专家/企业家：汪奎 老师

IMSC 工业品营销研究院实战营销资深专家 合伙人

美国国际职业资格认证委员会 (ICQAC) 认证

国家高级职业企业培训师

西南交通大学电力系统及其自动化专业硕士

西安交通大学/西工大/山东大学 EMBA/总裁班特聘讲师

工信部领军企业家培训特聘导师

2016 年度中国优秀营销培训视频评选冠军

2017 年度荣获“IMSC 最受欢迎的企业营销培训师”

6 年的营销一线实战经验

15 年营销管理和公司高层管理经验

8 年工业品营销培训与咨询经历

400 多家 1000 多场大中型企业的培训及咨询经历 去部分企业超过 3 次

被学员称为“接地气实战型的营销培训导师”

曾任某软件企业销售项目经理

2 年共计销售业绩 1260 万

曾任某上市企业营销副总经理

3 年连续增长超过 50%

曾任某民营企业营销总监/总经理

5 年业绩翻 4 倍

创建某智能电气有限公司任董事长

连续 5 年业绩翻倍



### 【授课风格】

汪老师是实战派营销与管理专家，从事营销与管理二十多年，具有十几年销售管理工作经验，熟悉企业各部门和销售系统的各个岗位，能针对企业的具体要求，提供个性化的、实用的销售培训课程。同时具有丰富的理论与实践经验，包括大客户销售、项目型销售实战技巧、商务谈判、应收账款、打造高绩效销售团队、渠道管理、客户服务管理

等全方面流程和实战策略技巧培训，具有丰富的针对中高层管理人员和一线销售人员进行培训和管理的经验。

汪老师以独到的营销与管理经验实施情景式培训，讲解结合互动，系统工具与实际运用并重，注重参训人员结合实际问题的思考、感悟及参与。课程内容紧密结合企业存在的问题和难点，从道到术，给工具和方法，结合行业或企业的案例，并进行学员演练，通俗易懂、实用性强，可转化率高。培训方式灵活，语言幽默精辟，培训现场学员参与性强，气氛热烈，广受参训学员的好评。

## 【主讲课程】

### 营销战略管控类：

《品牌营销战略管控与策略应用》、《区域市场分析诊断与营销策略应用》

### 销售流程“天龙八部”与大客户开发系列：

《项目型销售流程与技巧》、《配套型大客户销售流程与技巧》、《大客户销售致胜秘籍》、  
《B2B 销售的风险管控与信用管理》

### 销售策略“葵花宝典”系列：

《大单 C139 控单分析与赢单策略》、《市场情报收集分析与竞争策略》、《深度接触 搞定线人》、《顾问式需求引导与价值塑造》、《双赢商务谈判实战策略与技巧》、《政商大客户的高层公关》、《招投标控标策略与赢标策略》、《应收账款管控与催收实战技巧》、《工业品渠道营销与开发管控》

### 团队打造与销售市场管理：

《如何打造高绩效的狼性销售团队》、《销售团队的职业化与心态激励》、《销售团队的目标管理与计划执行》、《营销团队的组织管控与运营管控》

## 部分咨询或培训服务过的企业（被部分企业邀请培训超过3次）：

### 【电子/通信/自动化/IT】

SIEMENS 集团（德） 中国电信宜兴分公司 中兴通信 航天科工二院 浪潮软件 中控技术 新松机器人 江苏埃斯顿自动化 大唐发电先一科技 杰瑞自动化 浙江美科信息 浪潮信息 国自机器人 三旺通信 北京自动化研究所 深圳劳易测电子（德） 金智教育 西安傅里叶电子 北京思路智园 陕西正大自动化 福建福光电子 湖南镭目科技 无锡虹业自动化

### 【能源/电气/仪表】

南瑞集团（国家电网） 施耐德电气（法） 德力西电气 特变电工 湖南威胜集团 厦门科华恒盛 无锡照明 阳光电源 上海天正电气 德阳电缆 国网泰山电缆 上海高桥电缆 鲁能电缆 特变新疆电缆厂 上海肯特仪表 江苏晓星变压器 陕西合容电气 泰豪科技 华东电力设备 江苏东大金智 兆胜集团宏基环电 西安供电局亮丽电管家 江苏银佳集团 重庆明珠机电 山大华天集团 中国能建西北电力院 江苏爱克赛 沈阳变压器 山东达弛电气 江苏图腾电气 北元电器 中控仪表 湖北盛隆电器 南方电力集团 江苏斯菲尔 国家电网祥和电力集团 兖矿集团新风光电子 珠海万力达 广州白云电器 众森建设集团 广日电气 西安远征科技

### 【基建/建筑/地产/建筑配套】

中国电建水电八局 中国交建第一勘察设计院 中国铁建十六工程局 中国铁建建设集团 中国建筑西部建设 中国建筑西北建筑设计院 中建七局河南分公司 河南四建 陕西水利水电集团 安能集团 成都置信集团 中航建筑 陕西庆华地产 深振业 河南新天地 建华建材 浙江精工钢构 河北新兴铸管 青龙管业 南玻集团 信义玻璃 旗滨玻璃 广日电梯 西奥电梯 西子电梯 江苏久诺建材 广东三和管桩 柳工东方橡胶 浙东建材 浙江厦光涂料 江苏苏博特 上海沃克风机 开勒环境 洛阳双瑞科技 上海同泰火安 福建南安石材 宁夏建成水泥 辽宁象园建材 山西青科恒安 沃克风机 精工绿筑 厦门立林科技 广东华仕途 山东冠洲板材 陕西振宇实业

### 【工程机械/环境机械/加工机械/泵业/阀门/刀具】

徐工集团 三一重工 中联重科 山河智能 中船重工 中联环境（盈峰环境） 龙马环卫 江苏扬力集团 江苏迈安德 厦门环创科技 上海熊猫机械 西安鼎研科技 中控流体 新界泵业 福光水务 北京欧林特 上海勋策刀具 陕鼓动力 湖南湘松机械（小松） 合肥湘元（三一） 陕西悦大商贸（三一） 江苏汇能激光 潍柴动力 陕西法士特

### 【化工/环保/新材料/炼油/制药】

上海道达尔（法） 斯伦贝谢（美） 兴发集团 巴德富集团 山东富海集团 胜利油  
田大明集团 新安集团 华大基因 上海亿康基因 湖南尔康制药 新疆南山屯河  
上海佑威新材料 河南蔚林化工 山西天脊化工 上海麒祥化工 宝世达集团 天海新材  
料 华日新材（日） 南京中圣集团 陕西大秦环境 浙江德创环保 安徽国祯环保 中  
原环保 山东科润国际 甘肃大禹节水 昌德胶业

### 【汽车/交通】

广西柳汽集团 一汽无锡柴油机 无锡创明传动 苏州驿力科技 上海宝隆汽车 江苏  
易控集团 江苏兴达钢帘 中国一拖 中国汽研工程研究院 山西中涂交通

### 【照明/视频】

深圳众朗科技 深圳迈普视通 无锡照明股份 无锡视美乐 诺瓦星云科技

### 【家电/银行/物流】

美的集团 顺丰速运 博西家电（博世与西门子） 中国银行 中国邮政陕西分公司

（以上所有培训均为企业内训或咨询，有合作照片记录为证）

9 次被邀请去中控集团

8 次被邀请去中国电建

7 次被邀请去三一重工

7 次被邀请去潞安集团

6 次被邀请去信义玻璃

6 次被邀请去特变电工

5 次被邀请去科华恒盛

5 次被邀请去扬力集团

4 次被邀请去南瑞集团

3 次被邀请去浪潮集团

3 次被邀请去美的集团

3 次被邀请去富海集团

3 次被邀请去徐工集团

大部分企业被邀请 2 次以上授课