

大客户实战营销秘笈(2天)

课程大纲

一、大客户营销的三把金钥匙

前言：大客户营销的五个误区

- -大客户采购的五大特点
- -大客户销售的四大步骤
- -大客户销售的价值驱动与关系驱动分析
- -识别企业和自身的优势是大客户销售的入口
- -key1 情报收集与分析是识局的基础
- -key2 建立差异化的优势是控局的重点
- -key3 取得决策层的支持是破局的关键

案例讨论：老客户450万的订单为何做飞了？

二、大客户开发的流程体系--天龙八部

前言：客户采购流程的“天龙八部”

- -大客户销售失败的三大核心原因分析
- -大客户采购流程的分析（项目型 or 配套型）
- -天龙八部业务管控体系的四大核心要素
 - 里程碑
 - 开发进度
 - 任务清单
 - 阶段目标
- 配套型销售的推进流程
 - 第一部：信息收集（5%）
 - 第二部：客户评估（10%）
 - 第三部：深度接触（30%）
 - 第四部：技术检定（40%）
 - 第五部：决策公关（50%）
 - 第六部：入围谈判（70%）
 - 第七部：批量供货（90%）
 - 第八部：客户发展（100%）
- -开发过程的技巧与策略库----葵花宝典
- -大客户开发过程节点----任务清单
- 案例讨论：年度采购300万的大客户的运作过程与节点诊断分析？

三、大客户采购流程与决策链分析-找对人

前言：大客户开发找对人是关键

- -如何获取采购的组织架构
- -采购线的职责与权利分析与定位 QB
- -技术线的职责与权力分析与定位 TB
- -使用线的职责与权利分析与定位 UB
- -寻找采购关键决策人 EB
- -分析采购流程并识别各阶段的关键人
- -线人的合适人选分析
- -识别各角色的权利（拍板权/否决权/建议权）
- -识别个人的影响力（专业度、风险承担度、意愿度）
- -决策权重分析，识别决策的主航道
- -收集决策链关键决策层相关人的个人情报（共鸣点、弱点、痛点、关注点、立场）
- -如关键人久攻不下如何打破决策体系

案例讨论：多方参与谁是关键决策人？

四、大客户关系开发的六脉神剑--做对事

前言：新常态对工业品营销的影响应对策略

- -客户关系的五层立场--立场是关系经营的目标
- 案例：8000元到底花还是不花—立场分析？
- -建立客户关系沟通的三大技能（问、听、说）
- -客户关系发展的六个台阶（陌生-认识-熟悉-要好--伙伴--死党）
- 案例：客户关系识别与分析
- -推进客户关系的六大策略
 - 建立良好的第一印象是基础；
 - 通过肢体语言识别客户的态度是关键
 - 推进客户的亲近度的五大利器
 - 推进客户关系话术的五个层次
 - 客户关系拓展的三类关键活动
 - 客户关系层层推进步骤与方法

案例：如何将陌生人变为朋友

- --基层线人关系突破策略
- 如何找线人
- 线人预期管理
- 线人关系突破两类关键活动
- 如何与线人建立利益共同体

案例分享：客户关系复杂，如何找线人？

- 高层公关
- 如何与不同风格的高层打交道
- 不同年龄和岗位高层需求分析
- 发展高层关系的三板斧
- 搞定高层的七剑下天山
- 如何调整自己的风格来适应不同类型高层

案例讨论：十拿九稳的项目为何落单了？

- 建立信任的六大策略与方法
- 工业品营销的信任树
- 建立信任的六大策略与方法
- 改变客户立场的核心密码

案例讨论：非常有潜力的大客户久攻不下怎么办？

五、挖掘大客户需求的四重境界--说对话

前言：销售不是卖产品而是帮助客户解决问题

A 产品与方案的价值塑造

- 产品卖点 USP 提炼
- 如何做产品竞争优势分析
- 产品 FABE 分析
- 直击痛点的卖点推介法
- 带客户进入实用情景的推介法

B、攻心式需求引导

- 客户的需求分析（企业需求与个人想要）
- 客户的痛点、痒点与兴奋点分析
- 如何识别客户的关键需求
- 如何用提问来了解客户想要什么
- 如何识别客户需求背后的动机
- 攻心式需求引导逻辑与训练
- 如何让技术交流会影响客户的采购价值导向
- 突破客户的低价诉求 10 大经典方法
- SPIN 顾问式需求引导的步骤

案例演练：利用 SPIN 如何挖掘并引导客户需求

六、大客户六步诊断分析流程

- -分析项目组织，理清角色权责
- -分析决策链（分析关键人立场、客情关系、决策权重、爱好、需求及其它共鸣点）
- -明确项目采购所处的阶段
- -分析任务清单，项目目前卡在哪儿
- -分析主要竞争对手，制定竞争策略（12 大策略）
- 技术壁垒--商务壁垒--负面案例--分割订单--陷进战术--迂回战术--拖延战术--引狼入室--调虎离山--虚假情报--价值组合--瓦解战术
- -组织内外部资源制定关键人突破策略与计划

案例讨论：650 万的项目到底卡在哪里，如何推进？

七、大客户发展培育的五个阶段

- 孕育阶段的应对策略与服务
- 初级阶段的应对策略与服务
- 中级阶段的应对策略与服务
- 伙伴阶段的应对策略与服务
- 协作阶段的应对策略与服务

案例讨论：大客户的关系结网推进与战略合作协议