

大客户销售全流程实战技巧

主讲：王哲光

课程背景

在市场竞争激烈的今天，如何帮助企业突破销售困局，能否为公司赢得生存和发展必需的有利润的订单，绝对需要一支骁勇善战的**销售**精英团队。好的营销策略需要专业、高效、职业化的销售人员来执行，企业中最大的几家客户往往占据超过 30% 的销售额，必须要用大客户营销的思路来经营和维护，如何经营好这部分大客户，做好售前、售中、售后是每一个大客户经理首要考虑的问题。在实战中他们经常会发现：什么样的方案最能吸引到客户？公司满足不了大客户提出的各种要求，我在中间好难受！提升销售业绩的关键在那里？为什么我和客户建立了关系，客户还是把项目给了别人？没有回扣预算怎么搞定关键先生？如何通过逼单技巧促使客户下单？这一切将通过训练帮你找到答案。

回款的工作显然不是单纯销售部门的事情，但作为第一责任人的业务部门，如何让销售处于可控的范围，如何通过回款管理和控制技术降低销售风险、提高工作效率、改善客户关系，是摆在销售经理和业务员面前的现实问题。只有全额回款才是真正实现销售，否则不过是产品的库存转移而已，大量的呆账、死账、坏账不但影响企业的现金流和增加财务成本，还造成企业巨大的风险和隐忧。

一个专业的销售人员要做好销售，专业知识必不可少，强烈的自信心、良好的心态再加上专业的销售技巧，让销售变成自己的技能，那么销售将无往而不胜！再好的理论不和实战结合起来都是空洞的，本课程通过演练帮助学员从一个单纯的推销员成长为专业的销售顾问，形成职业人士特有的专业、精干、高效的一线服务形象，将公司的品牌价值通过他们传递给客户，为自己和团队带来突破性的业绩。

课程目标

- 提高大客户销售的实战技巧和能力，掌握大客户销售流程与步骤，理解卓越服务的内涵，提高客户满意度与忠诚度；
- 掌握探询客户需求的原则、方法和技巧，拥有挖掘客户真实需求和引导需求的能力；
- 拥有专业的方案制作和呈现的能力，有效排除客户异议赢得订单；
- 学会从源头上减少应收款，掌握催收应收款的技巧，降低财务风险；

- 掌握售前、售中、售后全流程大客户销售实战技巧，提高成单几率从而提升业绩。

培训用时

2天，每天6小时。

授课方式

通过“讲授—演练—分享—点评—感悟—突破”训练法，30%知识点剖析+30%案例研讨+30%演练互动和视频赏析+10%总结、点评、纠偏，使学员在完成一个个任务中体验和成长，帮助学员加深对课程内容的认识和理解，而所有的练习均以实际销售工作的真实案例为基础，使学员在课堂上就可以总结出一套针对自己实际工作的销售实战技巧；从而成为企业需要的卓越销售精英。

课程大纲

一、大客户销售准备与开发技巧

1、专业的大客户销售流程

- 1) 什么是大客户销售
- 2) 大客户销售的目的
- 3) 大客户销售的流程
- 4) 大客户销售前要问的几个问题

2、大客户信息收集与分析

- 1) 收集资料的八大方法
- 2) 需要收集哪些资料
- 3) 重点客户个人资料的七大方面
- 4) 找对关键人——项目干系人分析
- 5) 大客户采购标准流程
- 6) 绘制项目干系人图谱

案例研讨：大客户干系人与销售机会分析

3、开发大客户的方法

- 1) 大客户出现的战场
- 2) 大客户开发的十大方法
- 3) 开发客户的利器

4、顾问式拜访技巧

- 1) 应避免的三种危险开场方式
- 2) 闪亮开场五项技法
- 3) 不可忽视的陌生拜访
- 4) 顾问式拜访的步骤

演练：大客户拜访训练

二、大客户销售成交技巧

1、常见异议与排除方法

- 1) 销售过程中常见的客户异议
- 2) 客户异议的实质
- 3) 客户通常关注的方面
- 4) 有效处理客户异议的标准步骤
- 5) 不要误认为客户跟你一样认同

2、掌控与引导客户的技巧——SPIN 顾问式销售模式

- 1) 状况询问
- 2) 问题询问
- 3) 暗示询问
- 4) 需要-满足询问

教学影片：王牌销售员

演练：SPIN 话术提炼

3、大客户销售容易犯的九大错误

- 1) 害怕丢单、容易妥协
- 2) 让步过快、不留余地
- 3) 情绪失控、忘记目标
- 4) 准备不足、汗流浹背
- 5) 暴露分歧、自乱阵脚
- 6) 缺乏计划、边谈边看
- 7) 受制于人、陷入被动
- 8) 直接攻坚、形成僵局
- 9) 欣喜若狂、得意忘形

4、大客户销售逼单技巧

- 1) 成交失败的原因剖析
- 2) 成交的阶段时机
- 3) 预示成交的八大信号
- 4) 临门一脚的关键——缔结成交的十大逼单技法

直接请求法、假定成交法、扫雷排障法、利益归集法、分析深研法
欲擒故纵法、另起炉灶法、权威助力法、以退为进法、试用体验法

教学影片：如何让客户说“是”

三、大客户关系维护与后续销售技巧

1、大客户销售的服务意识

- 1) 拿到订单不代表销售结束
- 2) 服务促销售
- 3) 客户体验决定后续订单
- 4) 优质客户服务模型
- 5) 客户满意度模型

2、为什么大多数客户不抱怨？

- 1) 大多数客户并不投诉
- 2) 客户投诉的目的
- 3) 客户投诉的好处
- 4) 客户投诉处理的原则

3、客户投诉处理与服务补救

- 1) 有效处理客户投诉的步骤
- 2) 完美服务弥补六步曲

案例研讨：如何处理这样的投诉

4、二次销售与关联销售

- 1) 每一次与客户的接触都是销售机会

- 2) 被动销售与主动销售
- 3) 菜单式销售与全产品线销售
- 4) 获得长线收益的关键

具备引导客户的思维、丰富的产品和行业知识、引导客户的能力和技巧

案例研讨：如何做成长线项目

四、大客户销售回款技巧

1、企业应收账款的本质

- 1) 应收账款的形成原因
- 2) 收款是哪个部门的事情？
- 3) 应收账款管理系统
- 4) 风险与风险意识
- 5) 面对应收账款的常见态度

消极被动、销量至上、现款现货、长线投资、主动风控

2、应收账款管理的原则

- 1) 催不如减
- 2) 事前预防
- 3) 坚韧执著
- 4) 程序规范
- 5) 系统管理

案例研讨：为什么拿不到尾款

3、初期催收技巧

- 1) 电话催收
- 2) 拜访催收

4、后期催收技巧

- 1) 感谢函催收
- 2) 催款函催收
- 3) 律师函催收
- 4) 起诉催收

演练：如何收回这笔款

职业习惯造就卓越人生