

《大客户的开发与销售技能》课程教学大纲

课程名称：《大客户的开发与销售技能》

课程性质：内训/公开课

教学时数：学时 6-12 小时（1-2 天）

课程收益：德鲁克说：“企业的核心工作就是为客户创造价值”，可见客户是企业的重要资源。传统时代是“买”的没有“卖”的精，互联网时代是“卖”的没有“买”的精，目前市场普遍是产能过剩，客户稀缺的状况，根据 20/80 法则,大客户是企业的重要资源，如何开发维护？

通过学习掌握客户开发的技巧、提升员工的综合素质，掌握客户的资信管理，减少公司的风险，熟悉成交技巧、应收账款管理、增加客户满意度，正确处理客户投诉等大客户管理中的重要方法与技巧。

教学要求：采用课堂讲授与课堂讨论相结合的方式进行，课堂讲授要求理论结合实际，运用大量案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，要求讲师配备课堂练习，现场互动以消化老师的课程内容。

教学纲要：

第一部分：大客户经理的能力

- 一、营销的三个时代
- 二、互联网时代 4P 和 4C 的变化
- 三、成功从优秀员工做起
- 四、客户心目中营销人员的形象
- 五、重要的第一印象
- 六、基本的商务礼仪
- 七、电话营销的能力
- 八、见微知著的能力
- 九、数据分析的能力
- 十、慧眼识人的能力
- 十一、调动资源的能力

- 十二、写方案的能力
- 十三、客户经理的自信心
- 十四、建立自信的方法
- 十五、大客户经理胜任力模型

第二部分 大客户的开发

- 一、企业的第一使命是什么？
- 二、大客户的定义

- 三、20/80 原则

- 四、这张客户信息表的问题在哪里？

- 五、客户信息如何来？

- 六、市场调研数据的准确与使用

- 七、行业与区域市场形状

- 八、考察市场的五勤系

- 九、选择行业的第一只保龄球的原则

- 十、寻找客户的方法有哪些

- 十一、我为什么找不到客户

- 十二、客户分析的四个重点

- 十三、客户开发的十大误区

第三部分：客户的心理与行为判断

一、消费需求与心理

- (一) 客户需求理论
- (二) 需求性购买动机和心理性购买动机
- (三) 购买场景与心理

- (四) 客户的购买动机
- (五) 客户购买的兴趣点
- (六) 购买动机的可诱导性
- (七) 购买决策心理
- (八) 购买的一般心理过程
- (九) 知觉在营销活动中的作用
- (十) 感觉：视、听、嗅、味、触觉等。

式、客户行为的心理分析

- (一) 眼神的分析与判断
- (二) 面部表情的分析与判断
- (三) 肢体语言的解读
- (四) 语气语调的分析与判断
- (五) 客户公司地位的判断
- (六) 客户办公场景的解读
- (七) 客户服饰的解读
- (八) 案例：邓小平在中英香港谈判
- (九) 案例：邓普芳在合肥残联

三、不同类型的客户心理分析及对策

- (一) 犹豫不决型客户
- (二) 脾气暴躁型的客户
- (三) 沉默寡言性的客户
- (四) 节约俭朴型的客户
- (五) 虚荣心强的客户
- (六) 贪小便宜型的客户
- (七) 滔滔不绝型客户
- (八) 理智好辩型客户

第四部分 大客户的拜访

- 一、拜访三问
- 二、销售拜访的常见错误

- 三、拜访前的准备
- 四、成功拜访的细节
- 五、自我介绍
- 六、客户为什么见我们
- 七、怎样将异议变为机会？
- 八、随时小心我们的“雷”
- 九、提问的三种方式
- 十、我们会问吗？
- 十一、我们会听吗？
- 十二、我们会说吗？
- 十三、业务人员的精神面貌
- 十四、如何介绍公司和产品
- 十五、介绍产品的 FABE 模式
- 十六、如何建立产品的信任状

第五部分 大客户的成交

- 一、样板市场解决的问题
- 二、样板客户的标准
- 三、如何塑造企业的价值感
- 四、品牌就是展示美
- 五、如何建立个人信任感

- 六、如何寻找契合点
- 七、如何营造成交氛围？
- 八、搞定大客户的四项基本原则
- 九、大客户成交预测五步法
- 十、成交的七大信号
- 十一、成交的 22 种方法
- 十二、客户手中的方向盘
- 十三、卖产品不如卖方案
- 十四、业务费用不够怎么办

第六部分 大客户的管理

- 壹、客户满意度管理
- 贰、客户满意度的体现
- 参、客户要求降价怎么办
- 肆、向客户的 8 大输出
- 伍、客户关系的管理
- 陆、大客户的分类管理
- 柒、顾问式客户营销
- 捌、客户投诉怎么办
- 玖、客户的相处六大技巧
- 壹零、 应收账款的管理

导师介绍



喻国庆——营销体系运营管理专家

- ※ 企业营销力提升导师
- ※ MBA 总裁班营销讲师
- ※ 三星科健、可口可乐
创维集团、和君咨询
等企业营销中高管
- ※ 15 年全国操盘手经历
- ※ 管理 5000 人的营销团队
- ※ 多家营销媒体专栏作家

二十多年的营销实战经验，十五年营销总监、营销总经理、高级咨询师从业经历，精通营销体系的各个环节，具备专业的分析、判断、处理问题的实战能力。

十五年的操控全国市场的经历，管理过 5000 人的营销队伍，取得出色的销售业绩，擅长营销体系建立；渠道整合与创新、优质经销商打造；品牌建立与策划等全方位的营销咨询辅导、落地实施。

授课特点：风格激情而又沉稳，语言流畅、风趣幽默、生动活泼，听他的课既有专业的收获也有精神的享受。培训中有案例分析、小组讨论、现场咨询等形式。授课的案例详实，工具实用。

其中现场回答学员的问题，判断准确，见解独到、一箭穿心、妙语连珠。概括起来可以用：“高、新、实、趣、”四字来形容。

“高”：课程内容站在产业和时代的高度，洞察力强，视野开阔、高屋建瓴，使学员顿悟：“听君一席话，胜读十年书”。

“新”：课程内容原创、见解独到，时代感较强，关注当下热点话题：互联网营销、企业转型等内容穿插其中。

“实”：课程多为亲身案例，实际操盘，演绎生动，场景再现，工具实用。内容深入浅出、通俗易懂、即学即用。

“趣”：根据内容自然演绎，话题生动、寓教于乐、语言风趣幽默、轻松愉快，课堂气氛融洽，互动自然。

培训/咨询的部分企业

湖南电信营业厅、湖北省武汉市联通公司、三星通信营销有限公司、济南正大福瑞达集团、深圳博商 MBA 总裁班、劲牌有限公司、华中科技大学深圳研究院、创维集团通信有限公司、合肥庐江经济开发区、五粮液金谷春、深圳大赢数控科技有限公司、深圳友旺科技有限公司、日本电通深圳公司、合肥海尔电子有限公司、汕头金妹食品集团、深圳源磊科技有限公司、雅尔乐服饰有限公司、北大富硒康药业、江西章贡酒业、深圳西弛电气、深圳仁为光电、深圳赛博威视、深圳绿建协会、汕头英盛培训、山西戎子酒业、深圳邵阳商会、深圳绿建协会、深圳柯赛标识、深圳三越联合科技有限公司、沃嚜互联网大学深圳分校、深圳市升阳升集团、深圳市皓景照明科技有限公司、广州钮恩泰新能源有限公司、广州优投集团、北京乐民电子商城、东莞大伦纸品

有限公司、江苏智宝电子商务有限公司、深圳亿海管理顾问集团、福建泉州开摩帮网、河北富安橡塑有限公司、深圳市美中桥生育医疗管理公司、安徽华振教育集团。。。

培训场景





品牌课程目录

1. 《大客户的开发与销售技能》
2. 《团队建设与高效沟通》
3. 《高效沟通与客户满意度》
4. 《市场开发与经销商管理》
5. 《营销例会现场辅导》
6. 《营销计划与预算管理》
7. 《自媒体的运营与品牌传播》
8. 《爆款产品的打造与推广》
9. 《打造营销铁军》
10. 《营销操盘手特训营》
11. 《总裁营销攻略特训营》
12. 《商业模式与营销策划》