

《大客户的销售技能与项目运作务实》课程教学大纲

课程名称：《大客户销售技能与项目运作务实》

课程性质：内训/公开课

教学时长：两天

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。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。

项目的运营考验一个营销组织的计划、组织、协调、管控能力，营销人员必须具有项目运营的专业水平，涉及到项目预期、跟踪、方案、风险等多方面。通过课程学习让学员在较短的时间内掌握项目运营的操作方法，提高营销创新的的水平。

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 大客户的开发

1. 企业的第一使命是什么？
2. 大客户的定义
3. 20/80 原则
4. 这张客户信息表的问题在哪里？
5. 客户信息如何来？
6. 市场调研数据的准确与使用
7. 行业与区域市场形状
8. 考察市场的五勤系
9. 选择行业的第一只保龄球的原则
10. 寻找客户的方法有哪些
11. 我为什么找不到客户
12. 客户分析的四个重点
13. 客户开发的十大误区

第二部分：客户的心理与行为判断

一、消费需求与心理

1. 客户需求理论
2. 需求性购买动机和心理性购买动机
3. 购买场景与心理
4. 客户的购买动机
5. 客户购买的兴趣点
6. 购买动机的可诱导性
7. 购买决策心理
8. 购买的一般心理过程
9. 知觉在营销活动中的作用

式、 客户行为的心理分析

1. 眼神的分析与判断
2. 面部表情的分析与判断
3. 肢体语言的解读
4. 语气语调的分析与判断
5. 客户公司地位的判断
6. 客户办公场景的解读
7. 客户服饰的解读
8. 案例：邓小平在中英香港谈判

三、 不同类型的客户心理分析及对策

1. 犹豫不决型客户
2. 脾气暴躁型的客户
3. 沉默寡言性的客户
4. 节约俭朴型的客户
5. 虚荣心强的客户
6. 贪小便宜型的客户
7. 滔滔不绝型客户
8. 理智好辩型客户

第三部分 大客户的拜访

1. 拜访三问
2. 销售拜访的常见错误
3. 拜访前的准备
4. 成功拜访的细节
5. 自我介绍
6. 客户为什么见我们
7. 怎样将异议变为机会？
8. 随时小心我们的“雷”
9. 提问的三种方式
10. 我们会问吗？
11. 我们会听吗？
12. 我们会说吗？
13. 业务人员的精神面貌
14. 如何介绍公司和产品
15. 介绍产品的 FABE 模式
16. 如何建立产品的信任状

第四部分 大客户的成交

1. 样板市场解决的问题
2. 样板客户的标准
3. 如何塑造企业的价值感
4. 品牌就是展示美
5. 如何建立个人信任感
6. 如何寻找契合点
7. 如何营造成交氛围？
8. 搞定大客户的四项基本原则

9. 大客户成交预测五步法
10. 成交的七大信号
11. 成交的 22 种方法
12. 客户手中的方向盘
13. 卖产品不如卖方案
14. 业务费用不够怎么办

第五部分、项目运行环境

1. 项目概述
2. 事业环境因素
3. 组织过程资产 组织系统
4. 项目经理的角色
5. 项目经理的定义
6. 项目经理的影响力范围项目经理的能力
7. 执行整合

第六部分、项目范围管理

- 1 规划范围管理
- 2 收集需求
- 3 定义范围
- 4 创建 WBS
- 5 确认范围
- 6 控制范围

第七部分：项目营销的调研与规划

- 1、 项目营销的分析
 - 1) 客户群体分析
 - 2) 竞争品牌分析
 - 3) 目标市场定位
 - 4) 消费群体定位
 - 5) 竞品的产品策略
 - 6) 竞品的价格策略
- 2、 项目营销的策划
- 3、 项目营销的组织
- 4、 项目营销的计划
- 5、 项目营销的预算
- 6、 项目营销的实施
- 7、 项目营销的管控
- 8、 项目营销的总结
- 9、 工具：SWOT 分析
- 10、 工具：多因素分析法
- 11、 工具：鱼刺骨分析法

第八部分：项目营销的预算与成本管理

1. 项目运作以预算为核心
2. 预算在项目体系中的地位
3. 项目预算应该参与的部门
4. 项目预算常用的科目

- 5.四种项目费用预测的方法
- 6.盈亏平衡点的计算
- 7.盈亏平衡点的分析
- 8.项目预算编制的方法
- 9.项目预算使用的管理规定
10. 项目效益与进展

- 1) 项目评估
- 2) 机会评估
- 3) 资源评估
- 4) 得失评估
- 5) 把握机会

第九部分、项目进度管理

- 1.规划进度管理
- 2.定义活动
- 3.排序活动顺序
- 4.估算活动持续时间
- 5.制定进度计划
- 6.控制进度

第十部分、项目质量管理

- 1.规划质量管理
- 2.管理质量
- 3.控制质量

第十一部分、项目风险管理

- 1.风险管理规划
- 2.识别风险
- 3.实施定性风险分析
- 4.实施定量风险分析
- 5.规划风险应对
- 6.实施风险应对
- 7.监督风险