

## 《电力客户的开发与业绩增长》课程教学大纲

**课程名称：**《电力客户的开发与业绩增长》

**课程性质：**内训

**培训对象：**电力营销人员

**学时数：**学时 12 小时（2 天）

**课程简介：**德鲁克说：“企业的核心工作就是为客户创造价值”，可见客户是企业的最重要资源。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”，在市场产能过剩，客户难以搞定的状况下，电力行业更要加大对新客户的开发、对老客户的维护。本课程结合设备行业的特点，通过两天培训使学员掌握客户开发与成交的技能，增强客户服务意识，提升客户满意度，提升公司业绩。

**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，同时配备课堂练习，现场互动以消化老师的课程内容，做到学以致用。

① 课程时间分配：

理论讲解 45% 实战练习 15% 课堂互动 20%

重点案例 10% 工具使用 10%

② 理论讲解结合学员的互动参与。

采取：理论讲解、提出问题—头脑风暴-分组 PK-老师专业点评-理论归纳-转变 为学员的实操工具或流程。

③ 整个培训包括案例分析、现场解答、角色扮演、影视语言、情境模拟、团队竞争等形式，让学员在紧张、热烈、投入的状态中，体验什么是以客户为导向的客户开发，如何步步为赢的进入顾客内心，最后取得商务谈判的成果。讲授的观点简单实用，容易掌握记忆，学员可以系统地学习相关的理念、原则和方法，可以学完就用，而且用之有效。

**课程收益：**

**一、理论知识方面**

- 1、B2B 的顾问式营销
  - 2、客户开发十大思维
  - 3、SPIN 模式的运用
  - 4、物业营销的 FBAE 法则
  - 5、谈判心理学谈判
  - 6、中常用的工具
- ①多因素评分法  
②谈判的解题模型 ③关键路径法

**二、能力技巧方面**

- 1、深入挖掘客户的潜在需求
- 2、增加客户重复购买率和转介绍
- 3、谈判中如何唱白脸红脸
- 4、报价的五个前提
- 5、谈判中的压价方法
- 5、签约成交的 4321 法
- 6、解除客户抗拒的十种方式
- 7、客户成交的 22 种方法

。。。。。

**教学纲要：**

**第一部分 客户开发与销售技能**

1. 销售拜访常见的错误
2. 拜访前的准备

3. 成功拜访的细节
4. 客户信息如何来？
5. 市场调研数据的准确与使用
6. 考察市场的“五勤系”
7. 选择行业的保龄球的原则
8. 发觉客户“鱼塘”的方法
9. 客户分析的四个重点
10. 客户开发的十大误区
11. 自我介绍
12. 怎样将异议变为机会？
13. 随时小心我们的“雷”
14. 提问的三种方式
15. 我们会问吗？
16. 我们会听吗？
17. 我们会说吗？
18. 如何建立产品的信任状
19. 客户开发的十大思维
20. 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
- 21 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
- 22 如何建立信任感
  - 1) 营销人员的“精气神”
  - 2) 营销人员穿着与仪容
  - 3) 营销人员表情与动作
  - 4) 语言节奏与语音语调
  - 5) 守时守信信
  - 6) 证人与证言

7) 专业性的体现

8) 辅助资料和工具

9) 信任感的具体体现

案例：中英香港谈判对商务谈判的启示

案例：客户信息表存在的问题？

工具：介绍产品的 FABE 模式

## 第二部分：B2B 商务谈判技能

1. 谈判的要领

2. 衡量谈判的标准

3. 商务谈判的本质

4. 谈判的基本原则

5. 谈判的两大误区

6. 什么是双赢谈判

7. 谈判的准备阶段

8. 如何进行价格谈判

1) 确定谈判的目标

2) 团队角色的分配

3) 谈判中的三策

4) 如何拟定谈判议程

5) 如何评估谈判对手

6) 谈判者的核心技能

7) 如何营造良好的谈判氛围

9 谈判的开始阶段

1) 专业的行为表现

2) 专业形象取得谈判优势

3) 谈判开始注意的问题

4) 如何判别谈判气氛

5) 怎样解读对方的身体语言

6) 怎样提出建议

7) 怎样回复对方的提议

10、谈判的展开阶段

1) 谈判遇到的障碍及对策

2) 如何破解对方的战术

3) 如何面对不同类型的谈判者

4) 如何强化自身优势

5) 将面对的难题及其解决方法

6) 如何强化自身的优势

7) 如何弱化对方的优势

8) 掌握适当的让步策略

11、谈判的协议阶段

1) 达成协议应该注意的问题

2) 如何谈判结束应该注意的事项

- 3) 如何帮客户下决定
- 4) 合同文本的规范问题

### **第三部分：如何破解客户的抗拒感**

1. 巧说反话，迂回攻心
2. 用一点压力促使客户果断下单
3. 欲擒故纵，表露不情愿心理
4. 小恩小惠好做大买卖
5. 巧对客户的价格异议
6. 让利改变客户的心理
7. 同理心使客户与你走的更近
8. 迎合客户的上流阶层意识
9. 用小话题掀起客户的情感大波澜
10. 案例：啰嗦型的客户影响工作怎么办
11. 案例：如何搞定变卦的客户？
12. 工具：SPIN 销售法的运用

### **第四部分 营销业绩提升的方法**

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. 卖产品不如卖方案
12. 成交的 22 种方法
13. 社群营销的技能

1) 社群构成的 5 个要素

2) 建的社群为何无效

3) 加群和建群的动机

4) 社群管理的方法

5)如何从粉丝到社群

6)粉丝经营的四个核心动作

7)社群运营的注意事项

8)社群运营最大的坑是什么

9)自媒体服务号的运用

工具：SPIN 销售法

工具：顾问式销售方案的 PIP 数值

案例：“倔部长”如何搞定的

案例：张经理肢体动作在商务谈判的运用

## 第五部分：招标管理与实施

1. 招投标及其主要特点是什么？

2. 招标的方式及组织形式

3. 招标的四大特征？

4. 招标的合同范本

5. 招标的基本原则是什么

6. 招标的主要形式是

7. 招标的主要流程

8. 工具：招标书的制作

9. 招标项目效益与进展

10. 项目评估

11. 机会评估

12. 资源评估

13. 得失评估

## 第六部分 客户服务的规范化管理

1. 客户资信管理
2. 客户订单管理
3. 销售前与售后的协同
4. 售后维修制度解读
5. 售后人员的习惯养成

- 1) 把握时间
  - 2) 干脆利索，去繁就简
  - 3) 少说多做巧妙回避
  - 4) 做到、写到、学会总结
  - 5) 全面测试，不留隐患
  - 6) 整理环境
  - 7) .敬业守信
  6. 客户电话回访
  7. 客户投诉处理
  8. 客户情绪激动时的处理方法
  9. 客户满意度管理
  10. 客户相处的六大技巧
  11. 向客户的八大输出
  12. 售后与服务营销
  13. 应收账款的管理
  14. CRM 数据的挖掘
- 工具：客户的RFM分析法
- 工具：客户价值CLV分析法