

## 《软件客户的开发与商务谈判》课程教学大纲

**课程名称：**《软件客户的开发与商务谈判》

**课程性质：**公开课

**教学时数：**学时 1-2 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，产品同质化，导致优质客户资源稀缺。根据 20/80 法则,我们知道软件客户是重中之重，那么我们如何开发与维护?在商务谈判中要注意哪些问题？过程如何控制？如何取得最佳效果？

**课程收获：**

### 1、理论知识方面

- 1、 B2B 的顾问式营销
- 2、 客户开发十大思维
- 2、 SPIN 模式的运用
- 4、 高端产品销售的 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

### 2、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
- 2、 如何唱白脸红脸
- 4、 报价的五个前提
- 5、 谈判中的压价方法
- 6、 签约成交的 4321 法
- 7、 解除客户抗拒的十种方式
- 8、 客户成交的 22 种方法

。 。 。 。 。

### 3、确保效果的培训方式

① 课程时间分配：

理论讲解 40% 实战练习 20% 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。采用“行动学习法”，针对工作中存在的问题，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、影视片段、情境模拟、互动游戏、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结果。

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。

**喻国庆** 老师有多年的营销职业生涯，多家知名企业的营销高管，有丰富的带团队的实操经历、其中有十年的营销咨询师的积累，专注营销领域，其课程实战落地、理论系统。往往是投资培训的费用，达到营销咨询的效果。

**教学纲要：**

### **第一部分 软件客户的开发**

1. 客户信息如何来？
2. 市场调研数据的使用
3. 行业与区域市场形状
4. 考察市场的五勤系
5. 我为什么找不到客户
6. 寻找客户的方法有哪些？
7. 客户分析的四个重点
8. 客户开发的十大误区
9. 如何让客户主动找我们
10. 案例：这张客户信息表的问题在哪里？
11. 工具：开户开发的十大思维
12. 工具：头头是道的运用

### **第二部分 软件客户的拜访**

1. 销售拜访的常见错误
2. 拜访前的准备
3. 业务人员的精神面貌

4. 如何自我介绍

5. 邀约障碍排除

6. 随时小心我们的“雷”

7. 提问的常见类型

① 暖场类问题 ② 确认类问题 ③ 信息类问题

④ 态度类问题 ⑤ 承诺类问题 ⑥ 顾虑类问题

8. 我们会听吗？

9. 我们会说吗？

10. 我们会问吗？

11. 工具：介绍产品的 FABE 模式

12. 工具：spin 销售法

13. 案例：如何建立产品的信任状

### 第三部分：客户的心理与行为判断

#### 壹、 客户行为与心理

1. 客户需求理论

2. 购买场景与心理

3. 客户的购买动机

4. 客户购买的兴趣点

5. 购买的一般心理过程

6. 需求性购买动机和心理性购买动机

7. 购买动机的可诱导性

8. 购买决策心理

9. 知觉在营销活动中的作用

10. 感觉：视、听、嗅、味、触觉等。

#### 贰、 客户行为语言的心理分析

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：WTO 谈判的启示
9. 案例：邓总的肢体语言

### 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

### 第四部分：商务谈判的准备

#### 一、谈判的要领

1. 什么是双赢谈判
2. 谈判的两大误区
3. 谈判的本质
4. 衡量谈判的标准
5. 谈判的基本原则
6. 谈判心理学
7. 商务谈判中常用的工具
- ① 关键路径法 ② 多因素评分法 ③ 鱼刺骨分析法
8. 谈判的解题模型
9. 谈判中易犯的错误

#### 二、谈判的准备阶段

1. 确定谈判的目标
2. 团队角色的分配
3. 如何唱白脸红脸
4. 谈判中的三策
5. 如何拟定谈判议程

6. 如何评估谈判对手
7. 谈判者的核心技能
8. 如何营造良好的谈判氛围

## **第五部分：商务谈判的过程控制**

### **一、谈判的开始阶段**

1. 专业形象取得谈判优势
2. 谈判开始注意的问题
3. 如何判别谈判气氛
4. 怎样提出建议
5. 怎样回复对方的提议
6. 如何建立个人信任感
7. 如何寻找契合点
8. 样板客户的展示

### **二、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. 如何谈价

① 定价与报价 ② 报价可以狮子大开口吗？③ 报价的五个前提

④ 询价方式与忌讳 ⑤ 询价后的反应及应对措施 ⑥ 谈判中的压价方法

⑦ 让价的注意事项

4. 如何强化自身优势
5. 面对的难题及其解决方法
6. 如何强化自身的优势
7. 解除客户抗拒的十种方式
8. 卖产品不如卖方案
9. 如何弱化对方的优势
10. 握适当的让步策略

## **第六部分 商务谈判的成交阶段**

### **一、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
5. 签约成交的 4321

## 二、商务谈判的成交阶段

1. 搞定软件客户的四项基本原则
2. 软件客户成交预测五步法
3. 软件客户成交的“六脉神剑”
4. 成交的七大信号
5. 成交的二十二种方法
  - ① 直接要求成交法
  - ② 非此即彼成交法
  - ③ 最后机会成交法
  - ④ 激将成交法
  - ⑤ 假设成交法
  - ⑥ 小点成交法
  - ⑦ 保证成交法。。。。。。
9. 案例：“倔唐总”是如何突破的
10. 工具：客户企业关键的两张图

## 第七部分：如何破解难缠客户

### 一、价格、品质有保障客户为什么也不要

- 1、客户让渡价值论
- 2、客户思考的总收益和总成本
- 3、总收益-产品/服务/人员/品牌
- 4、总成本-货币/时间/精力/体力
- 5、常规心态不起作用
  - ✓ 同等质量比价格
  - ✓ 同等价格比质量
  - ✓ 价格优惠不成交
- 6、客户脑袋里的成本你根本不知道
  - ✓ 项目价格
  - ✓ 项目收益
  - ✓ 综合服务
  - ✓ 路径依赖
  - ✓ 熟悉程度

- ✓ 工作效率
- ✓ 承担风险
- ✓ 沟通成本
- ✓ 个人利益

### 式、 难缠客户如何破局

- 1.思路：是“融”不是“攻”
- 2.卡准拜访周期
- 3.礼节性拜访消除抗拒感
- 4.介绍新“技术、新卖点”
- 5.不急切要求成交
- 6.让客户感觉不争夺现有供应商
- 7.寻找试用试销机会
- 8.建立客户企业核心生态
- 9.抓住机会果断夺单