

《客户的开发与业绩增长》课程教学大纲

课程名称：《客户的开发与业绩增长》

课程性质：内训

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，设备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，提升

公司业绩；增强客户服务意识提升客户满意度，规范售

后服务工作，正确处理客户投诉；强化客户的资信管理

打造出狼性的营销团队。

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。

教学纲要：

第一部分：打造狼性的营销团队

1. 狼性营销人员的主要特征

- 1) 百折不挠的事业心
- 2) 敏锐的市场洞察力
- 3) 强烈的目标结果导向
- 4) 协同的团队精神
- 5) 数据分析的能力
- 6) 慧眼识人的能力
- 7) 方案形成的能力

2. 狼性营销人员的心态

- 1) 个人利益与团队利益

2) 建立自信的方法

3) 情绪管理

4) 感恩的心态

5) 成功的心态

6) 乐观的心态

7) 学习的心态

案例：写周报也不见成效？

第二部分 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

22 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

23 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 and 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

第三部分：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 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

1.