

# 步步为赢——大客户开发与关系管理

## 课程背景：

销售难！难销售：！

茫茫人海，优质客少！

拜访开发新客户，一说就烦，不给机会！

老客户关系一般，想挖掘提升为大客户，努力营销，卖点塑造，总说不要！

……

新客户如何开发？

老客户关系管理该怎么做？

为什么以上销售难题对于销冠都不是难题？

销售冠军成交起来为什么总是那么如鱼得水？

如何向销冠学习新大客户的开发及老客户管理经验，步步为赢，帮助你深挖潜藏在销冠销售行动中的思维及流程工具！

步步为赢，你也可以掌握销冠“不销而销”的成交六大秘籍！实现从“小白”到“销冠”的完美跨越！

步步为赢，帮助你深挖潜藏在销冠销售行动中的思维流程工具！实现从“普通”到“销冠”的完美跨越

## 课程收益：【课程结束后落地可执行工具】

价值 1：顾问式销售思维创新“上提下引、左迎右合”工具

价值 2：新客户高效销售开场“三好人”开场法工具

价值 3：新老客户产品价值展示“说四层”工具

价值 4：新老客户需求开发激活的“问四层”提问工具

价值 5：客户异议化解四步曲工具

价值 6：主动促单“五给成交法”成交工具

价值 7：老客户关系维护管理的 6 大影响力

**课程对象：**市场一线大客户销售人员、销售经理、销售主管

**课程时间：**2-3天，6小时/天

**课程方式：**

01-多元化互动式教学，理论讲授+案例剖析+小组互动研讨+情境模拟，案例贴切于实际工作，讲解由浅入深、化难为易，通俗易懂易复制。

02-透过案例剖析与操作工具讲解，让学员结合自身工作进行检查与启发，让学员从“做”中了解到自己的不足以及需要改善注意的地方。

## 课程大纲

**导言案例：**看真实拜访视频，从小周拜访开发客户的情景案例，感悟“传统开发”与“顾问式客户开发”的本质区别

- 1) 销售准备、销售开场、开发需求
- 2) 价值传递、异议化解、主动促单

**第一步：读懂客户的选择心理、赢在销售起跑线——销售前的三大准备**

### 一、“望闻问切”——客户购买的6个心理阶段分析

1. 盲目期
2. 注意期
3. 欲望期
4. 犹豫期
5. 冷静期
6. 临界期

### 二、“步步吸引”——“上提下引、左迎右合”思维准备

**案例：**向胡歌学销售

1. 向上拉高沟通内涵
2. 向下引导客户感觉
3. 左迎右合客户需求

工具：“上提下引、左迎右合”思维模型

情景演练：从销冠真实场景案例，感悟“不销而销”精髓

### 三、拜访客户前的信息准备

1. 拜访客户前的 3W 分析
2. 透视客户选择象限
3. “我是谁、他是谁、怎么办”三大准备
4. 找到我方要求的柱子
5. 360 度客户画像：价值客户、稳定客户、效能客户、基准客户
6. 成功邀约客户的 3P 原则

情景演练：高效应用 3P 工具邀约大客户

## 第二步：打破盲目期的平衡——销冠“不销而销”的开场

### 一、你靠什么让客户信赖你

情景案例：买 VS 卖

工具分享：客户深度沟通的“上提下压、左迎右合”

### 二、“三好”开场，步步吸引打造共鸣磁场

1. 说好话
2. 做好事
3. 好借口

情景演练：步步吸引“三好”开场的 3 个经典开局训练

## 第三步：挖掘注意期的需求：销冠“不销而销”开发需求的“问四层”提问术

### 一、步步引导开发激活客户需求的“问四层”工具【分新老客户两条线讨论】

1. 了解客户需求的提问问题设计

2. 客户需求不明确的选择心理分析
3. 利用优势设计问题来“探询”客户需求
4. 引导客户对产品优势产生需求

**案例讨论：**看视频，讨论小周的拜访沟通存在什么问题？

## **二、老客户隐形需求挖掘**

1. 顾问式销售中各阶段客户的需求点及关注点
2. 顾问式销售关键销售流程控制点

**案例讨论：**企业产品销售的“问四层提问法”工具的高效应用【为企业量身定制】

### **第四步：挖掘欲望期的价值——让客户“主选”我们产品的“说四层”沟通术**

#### **一、言简意赅“说四层”，一针见血深挖产品价值**

1. 凸显产品价值的“与众不同”——FABE 法则
2. 说产品的“特点、优点和利益点”
3. 客户单刀直入指责产品与竞品的缺陷的 FABE 法则使用

**课堂讨论：**看视频感悟“怎么说产品的与众不同”技巧

#### **二、产品方案提交【分新老客户两条线讨论】**

1. 客户现状与问题分析
2. 产品的 FABE 解决方案呈现
3. 客户未来问题解决展现
4. 销售工具（DM）的展示技巧

**情景演练：**如何在拜访沟通中设计好企业产品的 FABE【为内训企业量身定制】

### **第五步：化解犹豫冷静期的异议——有的放矢化异议**

#### **一、客户顾虑不可怕——三法轻松应对他**

1. 客户初期顾虑忽略法
2. 客户中期顾虑缓冲法
3. 客户后期顾虑反问法

## 二、功能异议不可怕——能说会道化解它

1. “人无我有”转移法
2. “人有我特”转移法
3. “人特我异”转移法
4. 优势掩盖迎合法
5. 化解客户异议的“四字经”工具

**案例讨论：**客户拿竞争对手的低报价来再次要求降价，如何应对？

**现场演练：**现场演练化解客户异议四步法

## 第六步：临界期的主动促单成交的收口术——这样促单成交快

### 一、“五给成交法”主动收口，完美促单

1. 制造静态热销推力：给信心成交法
2. 制造动态热销推力：给价值成交法
3. 制造利益推力：给诱惑成交法
4. 制造障碍推力：给障碍成交法
5. 制造潜在推力：给行动成交法

**情景演练：**主动促单“五给成交法”成交工具高效应用

## 二、高效客户关系管理——高效客户关系管理的6大影响力秘密武器

1. 互惠式让步
2. 承诺和一致性的惯性催眠
3. 社会认同原理引导客户

4. 喜好一致性原理
5. 权威
6. 稀缺原理影响客户

#### **课程总结：销冠“不销而销”六大成交秘籍复盘总结**

1. “3W场”赢气场
2. “三好人”找共鸣
3. “问四层”激需求
4. “说四层”挖价值
5. “四层说”化异议
6. “五给法”促成交

#### **课程总结**

1. 重点知识回顾
2. 互动：（问与答）就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评