
营销人员专业能力课程---

精准化客户开发与销售策略管理训练营

-----500强销售高绩效授权课程

针对行业：能源配套设备、通讯、IT、房地产、工程、大宗生产资料等，

针对对象：营销总监、客户经理、营销经理、项目经理、资深经理、销售人员、内部导师。

一：课程特点：

- 是基于实际的客户营销过程研究,由课程讲师在企业担任项目性销售团队指导和咨询顾问的实际操作,经过系统而有实战的分析得出的结论;
 - 是根据超过五年时间对国内销售业绩突出的客户营销团队的业绩和个人销售业绩的研究而编写的。
 - 近两年来时间先后被数十企业企业采用过，验证这个课程的实效。
 - 本课程成为企业营销人员必须掌握的课程。
-

二：课程目标：

- 使学员从客户营销角度深入认识到大客户营销的专业方法，进行有价值客户的信息收集、整理、销售以及价值客户管理。
 - 掌握流程化的大客户营销技巧，层层推进，有效掌控客户成交。
 - 确切掌握关键大客户的需要与机会，奠定客户成交的效率；
 - 把握专业的商务礼仪与客户服务技巧；
 - 熟悉专业的谈判沟通流程，有效推进客户双赢合作的信赖；
 - 拓展互利的客户关系，并有效发展客户长期满意的持续销售基础；
 - 建立客户需求导向的服务机制，并主动积极地满足客户需要与期待；
-

第一单元：客户营销与大客户营销价值

1. 以客户为中心的营销
2. 赢在大客户的竞争力
3. 客户需求分析
4. 谁是公司最有价值的客户
5. 客户开发的三大“审视”
6. 审视一：客户为什么购买你的项目或服务？
7. 审视二：客户是如何做出选择？
8. 审视三：客户是如何使用的？
9. 项目的潜在客户与“画像”
10. 如何收集潜在客户的信息
11. 潜在客户信息收集与分析

第二单元：大客户开发与客户专业销售

12. 客户开发的五大利器
13. 利器一：赢得客户高度信赖
14. 利器二：充当客户的好顾问
15. 利器三：提供个性化的服务
16. 利器四：重视并做好售后服务
17. 利器五：双赢才是最大的赢
18. 开发大客户的5种关键方法
19. 以客户为中心的业务销售流程
20. 设定新客户开发的目标，并制定计划
21. 充分的准备与清晰的客户分析
22. 问题与对话设计
23. 专业的开场白和问候语
24. 顺利约见客户
25. 设计独特的开场
26. 项目陈述专业技巧

第三单元：职业化商务礼仪与沟通

27. 商务礼仪的内涵与价值
28. 社交礼仪（宴会/会议/乘车等）
29. 个人形象（着装/仪表/行为）
30. 职业道德（保密/办公设备等）
31. 职业礼仪常识（电话/接待/介绍/交换名片/上下班等）

第四单元：高效成交的大客户营销策略

32. 如何分析客户
33. 客户购买行为分析
34. 影响购买因素分析
35. 客户购买动机分析
36. 购买决策过程分析
37. 异常购买心理分析
38. 辨析不同类型客户
39. 如何有效推介项目
40. 项目推介的方法

41. 项目推介的技巧
42. 项目演示的要点
43. 解决客户的异议
44. 如何成功说服客户
45. 说服客户的原则
46. 说服客户的策略
47. 说服客户的步骤
48. 说服客户的技巧
49. 说服各类型客户
50. 如何解决销售障碍与客户异议
51. 解决障碍的原则
52. 解决障碍的策略
53. 解决障碍的方法
54. 解决各类障碍的方法

第五单元：大客户谈判的策略与方法

55. 1、如何掌握谈判的主动权
56. 谈判的赢家思考
57. 掌握谈判的通则
58. 谈判的内涵与成功模式
59. 谈判策略规划
60. 分析谈判的可能变数
61. 如何充分收集情报
62. 如何形成有利的掌控权
63. 谈判地点之选择
64. 谈判时间之选择
65. 谈判人员之选择
66. 如何在谈判进行的各个阶段赢得优势
67. 谈判的开局策略
68. 谈判的中期策略
69. 谈判的过程应变策略
70. 谈判的后期策略
71. 谈判的赢家思维
72. 让步与互信
73. 倾听与答复技巧
74. 发问技巧与忌讳
75. 让步的诀窍
76. 说服对方的技巧
77. 谈判中的互信之建立

第六单元：项目性营销跨部门合作与沟通

78. 项目性营销成功的关键环节
79. 企业内部各部门担当的责任与关键任务
80. 如何建立以项目为中心的协作机制
81. 以客户为中心的合作
82. 项目经理的工作机制

-
83. 跨部门沟通与项目推进
 84. 成功的项目化跨部门合作案例点评与分析

第七单元：项目性合同管理与法律风险控制

85. 《合同法》的结构和主要内容
86. 《合同法》的五大原则
87. 合同的分类、特点
88. 合同管理的组织与流程
89. 企业合同管理基本制度
90. 案例：大型公司的合同管理体系
91. 合同生效时间
92. 合同的效力持续时间
93. 无效合同，效力待定
94. 案例：合同效力的辨析
95. 合同主要条款
96. 数量及质量条款
97. 价款或报酬条款
98. 履行期限、地点和方式
99. 不可抗力条款
100. 争议解决方式条款
101. 生效条件约定
102. 案例：条款约定不明合同的法律救济
103. 销售合同的准备
104. 解读不同的销售与客户采购方式（招投标、通过竞拍、电子商务、直接谈判）
105. 如何研究客户的信用预期

106. 如何判断客户的履约能力
107. 注意合同的基本要素
108. 如何谨防可能存在的合同欺诈与合同无效
109. 从合同成立到合同生效
110. 销售合同的谈判与签订
111. 如何分解合同条款
112. 不同销售条件的不同的条款谈判重点
113. 单一定单及框架合同
114. 合同签订时间与签订地点的选择
115. 合同的管理与执行
116. 管理合同与合同分析
117. 执行合同时发生合同变更怎么办？
118. 执行合同的过程中如何洞察与控制风险
119. 争议发生后的补救
120. 对于争议情况的分析
121. 在进行谈判和沟通时有效地运用法律手段
122. 有针对性地修改合同和留取证据
123. 如何识别公司合同信用风险？
124. 合同信用风险分析和对策
125. 合同信用风险控制工具
126. 应收账款的管理方法
127. 合同信用评级和授信管理

第八单元：实战模拟演练

128. 分组模拟演练

角色演练：综合练

