

七步功成-大客户价值营销工作坊

(标准版 18 课时)

程帅

【课程背景】

我们生活在一个供大于求的时代，产品的销售已经上升到方案的销售，我们不是卖产品，而是在满足客户的需求，提供给客户价值。唯有能够给客户提供的最大化的价值，我们才能克服价格竞争的陷阱、关系营销的迂腐、竞争对手的围抢和销售套路的老化，才能获得市场的真正认可、竞争的稳定优势、客户的高度依赖和持久的竞争优势。本课程即紧紧围绕为客户创造价值这一核心理念，从市场覆盖与线索甄别、了解客户与理解需求、方案设计与价值呈现、关系突破与信任构建、对手分析与竞争管理、双赢谈判与落地签约、交付管理与关系维护等七个销售的具体步骤展开，让销售人员系统的掌握大客户成功销售的理念、步骤、方法和经验，并通过关键策略、落地工具的导入，快速提升销售团队的大客户实战攻坚能力和团队的整体战斗力。

【课程目标】

- 1、了解大客户常见的三种形态，深刻认知大客户价值营销的核心内容；
- 2、系统掌握市场开发工作的基本方法和目标，能够运用工具来锁定销售线索；
- 3、牢固掌握客户拜访的规范性动作，并掌握快速了解大客户的基本销售套路；
- 4、全面掌握挖掘大客户需求的相关方法，并能够正确理解大客户的本质需求；
- 5、充分认识方案的重要性，能够运用工具灵活设计方案，并向客户高效传递；
- 6、清楚获得关键客户的信赖是销售成功的关键，并掌握快速提升信赖的方法；
- 7、掌握搜集且分析竞争对手的方法，并掌握应对激烈市场竞争的思路和方法；
- 8、学习并掌握销售谈判的精髓、筹码、准备内容和各类技巧，做好谈判工作；
- 9、明晰客户关系的不同层级，能在售后继续维护好客户关系，保持长久合作。

【课程特色】

- **高度实战化**：本课程所有内容要点的提炼均来自实战，老师在课程讲解的每一个案例都是知名企业中真实发生过的，并具有高度的代表性，能够帮助学员充分体验实战带来的冲击，在实战中掌握销售的技能与经验；
- **高度演练化**：培训以工具流带动理念提升，并以实际案例解读、小组讨论、多媒体演示、角色模拟、情景互动等多种教学方式，让学员打开心门与老师一起思考、一起互动，一起输出，在演练中掌握所学、运用所学；

- **工具落地化**：本课程在重要知识点处均有落地工具输出，所有工具均是实战过程中经常用到的，可以极大的提升学员实战中的信息整合与分析、项目推进与管理的能力，对学员未来的实现销售工作提供极大的助力。

【学习对象】

大客户营销总监、大客户资深经理、区域客户经理、销售工程师、销售主管、大客户代表、销售顾问、售前工程师、服务工程师等一线大客户销售人员或二线大客户服务人员等。

【授课方式】

线下授课，采取“培”与“训”相结合的形式，“实战演练+现场辅导+工具落地+行动计划”四位一体的咨询式培训模式。

【已服务客户】

东方电气、中海油、华油集团、东方电子、东方物探、特区建工、中铁六局、山西建投等。

【课程大纲】

课程导入：

- 1、什么是大客户？大客户常见的三种形态

2、什么是价值营销？

(1) 营销的三个演变阶段

(2) 价值的四个维度

3、【研讨】大客户/大项目开发都由哪些环节组成？

第一步 市场覆盖与线索甄别

1、市场开发工作的五项基本内容

2、市场信息搜集的四个基本维度

3、通过画出行业地图来明确大客户

落地工具 1：《客户/项目信息来源管理表》

落地工具 2：《行业地图下大客户筛分表》

4、初次拜访客户了解销售线索

(1) 如何给客户留下良好的个人印象

(2) 如何就业务合作建立起联系机制

落地工具 3：《客户拜访计划表》

5、项目信息的甄选与跟进的四个原则

落地工具 4：《立项的四度七维法》

6、小结与演练

第二步 了解客户与理解需求

1、深度了解目标客户

- (1) 布线：发展内线并建设立体信息渠道

落地工具 5：《甄选与培养内线进阶图》

- (2) 明事：摸清客户组织架构与采购流程

- (3) 辨人：梳理决策链并锁定关键决策人

落地工具 6：《五大关键角色动态管理表》

2、正确理解客户需求

- (1) 正确认识客户需求的本质

- (2) 大客户需求横向挖掘的六维技术

- (3) 大客户需求纵向挖掘的三个层次

- (4) 政府客户需求分析模型

- (5) 个人客户需求分析模型

3、客户需求挖掘技术

- (1) SPIN 客户需求挖掘技术

- (2) 3+5 利益法则需求挖掘技术

落地工具 7：《销售访谈提问表》

落地工具 8：《3+5 利益法则对策表》

4、小结与演练

第三步：方案设计与价值呈现

- 1、价值营销的本质是构建满足客户需求的差异化方案
- 2、差异化营销的四大要素：产品、服务、商务、资源

【研讨】请为某个客户设计有吸引力的方案

- 3、与客户合作共同创新方案

落地工具 9：《方案设计要素组合表》

4、价值传递与呈现的四大原则

- (1) FABE 原则：如何向目标客户传递信息
- (2) 高标准：如何在客户面前树立好品牌
- (3) 分层精准打击：如何做好不同的销售提案
- (4) 饱和攻击：如何进行多维度的信息传递

5、小结与演练

第四步：关系突破与信任构建

- 1、获得关键客户信赖是成就销售的关键
- 2、关键客户信赖的三要素与个人品牌构建

3、客户不同决策风格的沟通术与攻心术

落地工具 10：《DISC 性格分析模型》

4、快速突破关键客户关系的四步晋阶法

(1) 初始-认识：频率原则+钩子策略

(2) 认识-熟识：社交原则+独处策略

(3) 熟识-信任：朋友原则+帮助策略

(4) 信任-同盟：顾问原则+同盟策略

落地工具 11：《客户关系评估-策划-管理表》

5、处理好直接客户关系与代理的关系

6、小结与演练

第五步：对手分析与竞争管理

1、竞争情报获取的五个维度

2、对主要竞争对手进行全面分析

落地工具 12：《主要竞争对手全方位竞争分析表》

3、销售竞争的三种常见策略

(1) 正面攻击

(2) 侧翼攻击

(3) 联盟策略

4、围绕投标形式展开的常见竞争策略

5、销售推进过程中的动态竞争管理

落地工具 13：《动态竞争管理表》

6、小结与演练

第六步：双赢谈判与落地签约

1、什么是好的销售谈判？

2、掌握影响谈判成败的三大筹码

3、销售谈判前的七项准备工作

落地工具 14：《谈判利益交换表》

4、销售谈判的四大技巧

(1) 报价与还价

(2) 合理让步

(3) 打破僵局

(4) 应对价格压力

5、小结与演练

第七步：交付管理与关系维护

- 1、真正的销售始于售后
- 2、客户关系的三个层级
- 3、交付管理中做好普遍客户关系
- 4、日常管理中做好关键客户关系
- 5、深化管理中做好组织客户关系

落地工具 15：《三个层次客户关系管理表》

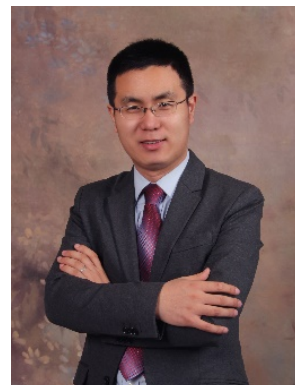
- 6、小结与演练

课程总结

【授课老师】

程帅老师

- ◆ 资深销售及市场营销专家，高级咨询顾问



- ◆ 北京大学国际政治学学士，清华大学 MBA
- ◆ 原华为西非地区部政府项目系统部主任
- ◆ 原中国出口信用保险公司副处长
- ◆ 中国国际工程咨询协会特聘讲师
- ◆ 上海市商委“走出去人才培养项目”特聘讲师
- ◆ 曾签署某国国家骨干光纤网总包项目，合同额达 1.2 亿美元，曾签署某国合成氨甲醇 EPC 总包项目买方信贷保险合同，保费达 2 亿元人民币。

擅长领域：

- ◆ **市场开发类**：华为销售方法论、项目型营销、大客户价值营销工作坊、从销售新人到销售精英的十项修炼、高绩效销售团队管理等；
- ◆ **国际化类**：海外项目市场开发、海外项目开发的投融资策划、海外公共安全识别与防范、国际政经与人文常识、当前国际形势研判与走出去企业策略、跨文化沟通与区域商业应对、国际商务谈判等

已服务客户：

- ◆ **政府商会类**：中国国际工程咨询协会、上海市商委、江苏省商务厅、安徽省商务厅、江西省商务厅等；

- ◆ **工程承包类**：中国交建、中国能建、中国电建、中国中铁、中国铁建、中航国际、中国化学工程、中钢设备、中冶海外、中铝国际、中电装备、中原对外工程、西电国际、大唐环境、惠生工程、山西建投、泰开电建等；
- ◆ **设备制造类**：中船重工、中国中车、徐工、三一重工、上海电气、振华重工、特变电工、陕鼓动力、亨通光电、广西汽车、长城汽车、海康威视、美的冰箱、京东方、TCL 等；
- ◆ **投资运营类**：国家电网、中石化、中海油、中国电信、招商局、华润电力、国投鼎石、深圳能源、云南能投等。