

七步功成-工程企业价值营销工作坊

(标准版 12 课时)

程帅

【课程背景】

我们生活在一个供大于求的时代，工程行业的销售已经不再是简单的关系营销，而是上升到价值的销售，我们不是卖工程，而是在满足客户的需求，提供客户价值。唯有能够给客户提供最大化的价值，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工程项目成功销售的理念、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、了解工程销售的最新特点，深刻认知大客户/大项目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动作，并掌握如何布线、明事和辨人的基本方法；
- 4、全面掌握挖掘客户各类需求的相关方法，并能够正确理解客户的本质需求；
- 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工程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】

工程公司的市场开发人员、商务人员、销售工程师、业务开发主管、项目经理、服务经理等。

【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】

特区建工、中铁六局、中铁十局、中铁十一局、山西建投、特变电工、西电国际、泰开电建、中建五局等。

【课程大纲】

课程导入：

- 1、工程销售的特点
- 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、工程市场开发工作的五项基本内容

2、工程市场信息搜集的四个基本维度

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》

3、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》

4、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》

5、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、采购流程与项目干系人
- (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、围绕工程招投标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、工程项目型营销、大客户价值营销工作坊、
从销售新人到销售大咖的 9 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。