



大客户销售人员商务礼仪和公关技巧

课程背景

大客户掌握企业的命脉，这是著名的 80/20 法则告诉我们的不变的真理，因此我们在大客户中寻求企业利润的大幅提升，掌握必要的大客户服务技巧与策略，维护老客户开发新客户并为之保持长久、良好关系，同时协调媒体服务和客户服务的关系以满足大客户的需要。

大客户并不一定是营业额大知名度高的客户，而是给我们带来利润大的客户，未来和我们企业战略目标一致，甚至是经济生命联合体的客户。关注大客户的需求，对服务的满意度，未来的发展并与其建立好长期合作的信任关系，是企业战略营销的重中之重。

课程目标

- 塑造大客户服务人员职业形象，提升礼仪素养
- 掌握大客户公关过程中的礼仪细节，给大客户信赖感
- 了解当前大客户服务现状与不足，找出企业短板
- 快速对大客户进行识别并与潜在客户建立联系
- 制定多层次有计划的大客户沟通策略
- 提升企业产品及服务在大客户心目中的满意度

课程对象

销售人员

课程时间

2天

课程方式

授课 40%（互动引导）+小组练习 20%+现场模拟演练 40%

课程大纲

第一部分 对“大客户”的认识

- 重新界定“大客户”
- 了解大客户的战略与现状
- 了解大客户对我们的期望
- 建立大客户的档案
- 建立大客户服务的特殊流程

第二部分 展示自身的职业形象

- 着装与个人仪容
- 言谈与举止
- 表情礼仪
- 时刻牢记微笑的传播力



第三部分 接待与拜访

- 商务会面礼仪：迎送、称呼、问候致意、人际距离、引导——在走廊、在楼梯、在电梯、在会客仪、称呼礼仪、握手礼仪、名片礼仪
- 接待与拜访礼仪：
 - 不守时的人不可信——守时就是信誉；
 - 乘坐交通工具的礼仪：乘小轿车、的士、飞机、火车等；
 - 商务通讯礼仪：电话礼仪、手机礼仪；
 - 座次礼仪：尊位的概念、常见场景座次礼仪——开会、乘车、会客、宴会等；
 - 餐饮的礼仪：
 - 吃中餐的礼仪
 - 吃西餐的礼仪
 - 如何体面地饮酒
 - 喝茶礼仪
 - KTV 礼仪

第四部分 礼品的选择与馈赠

- 礼品不是越贵越好，而要投其所好
- 礼品代表什么？
- 馈赠礼品的对象及时机

第五部分 政府公关技巧

- 公关不是搞腐败，送礼也要有技巧；
- 参访接待的目的和操作技巧；
- 与政府之间的关系（日常、节日等）如何把握——跟进方法；
- 政府官员心理特征分析分析
 - 关键人物的几种类型
 - 关键人物的性格特点分析
- 如何持续交往核心领导？如何成为长期的朋友？
- 如何防范与政府交往的风险
(全文完)