



## 抢单先擒王-搞定客户高层决策人实战攻略

### 课程背景

培训市场上关于销售技巧、公关策略、商务礼仪方面的培训课程和培训师已经非常之多，但是我们经常看到的现象是：学了这些课程后，令很多销售人员最苦恼的事情莫过于接触一个客户很长时间了，就是约不到客户的部门或者企业高层，客户高层决策人的关系依然无法突破，高层关系的开拓还是步步维艰，最后销售人员只能拿下中低层客户关系，不能真正把握高层客户。但是在实际的项目营销过程中，大项目的真实意图、需求以及最后的决策往往是高层，而不是基层的一般人员，大项目的进入和成功还是要倚重于高层关系，高层接触不上，客户就对你的产品、解决方案或者优势不是真正的了解，时间一长，这个项目有可能就推动不下去了，项目的真实意图了解不了，客户的决策过程不是很清楚，项目就越来越失控，结果周期变长了，对手乘虚而入了，最后有可能丢掉这个项目。结果是做不下来的客户依然做不下来、拿不下来的大项目依然拿不下来，造成最终的签单量少，资源投入大，与业绩产出不匹配。

为什么销售人员无法搞定高层决策人呢？原因如下：

- 1、销售人员与高层决策人打交道的的基本方法把握不清晰，不能总结、归纳出高层销售全流程中每个阶段客户高层决策人的关注点，缺乏必备的素质和技能。
- 2、销售人员搞定客户高层决策人的积极心态，有畏惧心理，缺乏更多的毅力和耐心。
- 3、销售人员对客户高层公关、维系缺乏统筹规划和有效长效的机制，缺乏客户高层公关体系化的运作。
- 4、公司缺乏从组织层面如何推动、激励和管理销售人员对高层决策人公关活动的制度流程。
- 5、高层客户关系维系没有承接，每换一拨销售，都得重新建立客户关系，销售团队不能沉淀好的公关经验和建设稳定的客户高层关系。

### 课程目标

- 课程对销售人员如何搞定客户高层决策人进行技巧培训，使销售团队首先掌握客户高层决策人成功销售的方法论，提升销售人员搞定高层决策人的技巧，帮助学员掌握与客户组织中的高层决策人建立可信度的方法，在实际销售工作中更加有效地缩短销售周期和把握重要业务机会，最终实现公司的收入和利润的增长，最终帮助企业快速提升整个销售团队的高层客户公关力量。

公司高层、销售团队管理者、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

思考：客户高层决策人的重要性

思考：为什么销售人员与客户高层打交道很难？

案例：一个让销售人员的烦恼的

反思：企业在高层客户决策人沟通中面临的现状

- 依靠老板的个人关系和牛人的人脉资源
- 无法形成有效的客户开发规律，靠天吃饭



- 企业的高层公关无法突破
- 无法做深做实、长期维系客户关系
- 资深老销售的离职带走客户关系，流失市场资源、给企业带来隐患

## 第一部分 搞定客户高层决策人的基础

- 什么是客户高层决策人
- 客户高层决策人的特点
- 客户高层做决定的思考模式分析（如何把握高层客户决策人的心态）
  - 长期在位的高管关注重点
  - 新晋升高层关注重点
  - 即将退位的高层的关注重点
- 与客户高层沟通的原则
  - 做人的维度
  - 做事的维度——业务
  - 做事的维度——价值
- 高层喜欢和什么样的人打交道
  - 有备而来
  - 了解客户高层决策人的价值取向
  - 了解组织战略和愿景
  - 熟知高层文化
  - 洞悉诉求、通晓术语
  - 关注政经热点
  - 不卑不亢、待人真诚、做事专业
  - 敢于说“不知道”
    - 思考：销售人员的在与高层决策人沟通过程中常见问题
- 如何找到客户高层决策人
  - 讨论：找到客户高层决策人的方法？
- 接触客户高层决策人的四种方式

## 第二部分 与客户高层决策人沟通前的准备

- 思考：与客户高层决策人的准备功课有哪些内容？
- 做好客户高层决策人沟通的思想准备
  - 讨论：如何破除与客户高层决策人的胆怯和恐惧心理？
- 做好与高层客户决策人对等的谈话能力准备
  - 赞美
  - 寒暄
- 项目信息准备
  - 客户内部决策链信息
  - 项目信息
  - 竞争对手的信息
  - 客户高层决策人的个人资料信息



- 制定高层决策人沟通行动方案
- 方案营销：好的方案是基础
- 公司约谈：客场才是技术渗透良机
- 样板客户考察：实证打消疑虑
- 引荐上级：决定性铺垫
- 第三方推动：“牛人”见证
- 论证会：机会只有一次
- 总部考察：临门一脚的射术

## 第三部分 与客户高层决策人有效地进行第一次面谈

思考：第一次面谈客户高层决策人有哪些担忧？

- 第一次面谈的目标
- 如何进行第一次面谈
- 开场的谈吐和内容如何引起高层客户的重视？  
思考：如何有效利用公司样册？
- 如何了解关键人物的核心需求？  
思考：客户高层决策人的“超级”需求
- 为客户提供价值优化和提升的平台的价值
- 出现异议怎么处置？  
思考：要求降价时如何应对？  
思考：客户的暗示如何处理？
- 与客户高层“谈判”策略

### 第一次面谈注意事项

### 第一次面谈策划表

演练：第一次面谈情景模拟

## 第四部分 如何与客户高层决策人建立关系

- 建立高层关系中常见的问题
- 建立高层关系的方法  
思考：高层饭局怎么吃？酒局怎么喝？牌局怎么玩？
- 建立高层关系的要点
- 影响高层决策人的方法——层级营销要点  
高层营销的两个执行原则：要做下楼式营销，要符合双螺旋法则
- 建立内线
- 做好中层突破
- 小人物能办大事
- 发挥团队的力量

## 第五部分 如何与客户高层决策人保持关系

- 思考：为什么保持关系很重要？
- 保持关系要点



- 保持关系指引
- 需要了解的有关心理学知识

## 第六部分 如何与不同性格客户高层决策人打交道——客户性格象限图分析法

- 典型控制型客户的情感特征、工作特点、社交特点与采购决策特点分析  
思考：怎样与典型的控制型客户打交道？
- 典型分析型客户的情感特征、工作特点、社交特点与采购决策特点分析  
思考：怎样与典型的分析型客户打交道？
- 典型开拓型客户的情感特征、工作特点、社交特点与采购决策特点分析  
思考：怎样与典型的开拓型客户打交道？
- 典型促进型客户的情感特征、工作特点、社交特点与采购决策特点分析  
思考：怎样与典型的促进型客户打交道？  
(全文完)