

# 《政企大客户洞察式关系营销》

主讲：刘畅

## 【课程背景】

企业讲业绩，政府讲政绩。

企业业绩的上升、成本的下降，是遵循市场经济规律的——风险大、利润高、风险低利润小，风险没有，利润为零。但如果把这一规律用到具有政府背景的国企客户上，显然是不适用的。很多非常优秀的大客户销售经理去做国企大客户营销时，常常会感觉不适应，究其原因，就是没有明确政企大客户的客户价值和运作规律。

- 找不到项目，信息不足，不知如何接近和深度开发政企大客户？
- 复杂项目运作能力有限，过程失控，不知如何掌握大项目使其良性发展？
- 不了解国企大客户决策链，缺乏资源整合能力，不知如何协同作战？

本课程基于“政企领导突破难，过程透明控制难”的问题设计，将政企大客户营销理念、流程逐一呈现，提供一套行之有效的政企大客户营销新思路。

## 【课程收益】

- 不仅能学会销售技巧，更重要的学会政企大客户人际关系突破的技能
- 掌握如何扩大信息渠道，如何做好项目跟踪
- 学会如何突破国企大客户的决策层
- 推动客户升级，突破4大难题
- 掌握政企大客户实战的7个流程
- 协助客户找到、厘清内在的驱动力，而不是强力驱迫。
- 洞见并引领客户发现“新”的领域和方案。
- 让客户对你的销售目标有强烈的认同感、自主感和拥有感
- 最终达到共赢的结果

**【课程特色】** 干货，没有废话；科学，逻辑清晰；实战，学之能用；投入，案例精彩

**【课程对象】** 公司董事长、总经理、销售总经理、销售总监及所有与政府接触的销售

**【课程时间】** 2天（12小时）

## 【课程大纲】

### 一、如何聚焦政企大客户价值？

#### 1、准确定位大客户

- 商业大客户的价值
- 国企大客户的价值

#### 2、政企大客户营销的注意事项

- 不同级别不同诉求
- 运用“四缘”拓展人际关系

#### 3、危机公关

### 二、政企客户营销新模式有哪些？

#### 1、政企大客户营销流程中的客户层级

- 起决定性作用的决策层
- 具有否定权的影响层
- 最了解项目的执行层
- 引领航行的教练层

#### 2、新营销模式 VS 传统营销模式

- 新营销模式——下楼梯营销，双螺旋法则
- 巧妙建立有效的沟通渠道

- 发现和培养教练
- 下楼梯营销的微妙作用

### 三、突破政企大客户营销的四大难题

#### 1、政企大客户营销的经典难题

- 以人为本
- 客户作为普通人的各种需求

#### 2、树立平等意识，打造一颗“大心脏”

- 崩溃疗法帮助员工打破心魔
- 做最坏的打算，向死而生
- 破釜沉舟，不着任何借口

### 四、如何识别 9T 政企领导的性格特征及公关策略？

#### 1、完美型领导

- 发现完美型客户的行为特征  
案例分析：刘强东拿着 2000 块钱骑自行车创业
- 难侍候的完美型客户，用事实帮助你说话

#### 2、给与型领导

- 给与型的行为特征
- 乐于助人的给予型客户，保持愉悦的人际关系是关键

#### 3、成就型领导

- 发现成就型客户的行为特征
- 以目标为导向的成就型客户，满足他们的求胜心理
- 为合作注入挑战性，激发客户的成就感

#### 4、浪漫型领导

- 发现浪漫型客户的行为特征
- 灵动敏感的浪漫型客户，从他们的内在需求下手
- 接纳和认同客户的想法，关键时刻尝试以退为进  
推人及己：如果你是浪漫型性格之人

#### 5、思考型领导

- 发现思考型客户的行为特征
- 代表人物：爱因斯坦，比尔盖茨，马化腾，王传福
- 冷静含蓄的思考型客户，给他们适度的精神空间
- 用数字说话，让客户相信与你合作最合算

#### 6、服从型领导

- 发现服从型客户的行为特征
- 面对逆境时：嫉妒焦虑，自我贬低，惊惧，有被虐的倾向，难以信任他人
- 谨慎而又忠实的服从型客户，用安全感打败他们的负面投射

#### 7、享受型领导

- 发现享受型客户的行为特征：
- 代表人物：曾志伟，黄沾，周伯通
- 开心果般的享乐型客户，让他们有兴趣你才能如愿

#### 8、指挥型领导

- 发现指挥型客户的行为特征
- 强势而热情的指挥型客户，尊重与耐心比什么都重要
- 勇敢承担该承担的责任，宁可被他们骂也别被他们瞧不起
- 在客户冲动时不与他们对抗，想办法转移他们的注意力
- 巧妙地使用激将法，他们会督促自己展开行动

## 9、和平型客户

- 发现和平型客户的行为特征
- 随和优柔的和平型客户，将自己变成他们愿意支持的伙伴

案例实战：分析自己目前的真实客户

## 五、详解政企大客户销售实战流程

### 1、信息搜集阶段

- 搜集项目信息
- 实现精准营销
- 项目信息过滤方法

### 2、内部立项阶段

- 立项前分析项目信息
- 拜访客户，确认项目可行性

### 3、项目跟踪阶段

- 把握主次，抓住时间管理的“牛鼻子”
- 两大关键点

### 4、项目运作阶段

- 项目运作是项目成败的核心攻坚阶段
- 技术准备阶段
- 商务谈判阶段

### 5、招投标阶段

- 项目招标已成为趋势
- 协助客户做好招采工作
- 合理设置报价的原则

### 6、实施与服务阶段

### 7、市场培育阶段