

# 《实效大客户营销——招投标技能提升训练营》

主讲：崔自三

**破冰游戏：**分组：队长、队名、口号、队歌  
培训结束，评出优胜组、先进个人，并进行奖励

引子：

这是一个最好的时代，也是一个最坏的时代！  
——狄更斯《双城记》

## 第一部分：大客户营销技能提升

### 一、什么是营销？

- 1、营销释义
- 2、营销与销售的区别

### 二、什么是大客户？

- 1、大客户的特征

### 三、什么是大客户营销

- 1、什么是大客户营销
- 2、大客户营销区别于传统销售

### 四、大客户营销的九种渠道来源

- 1、随时随处寻找“准顾客”  
案例：乔吉拉德
- 2、老客户推荐提供
- 3、媒体资讯上寻找：报媒、电视、电话黄页等
- 4、互联网渠道
- 5、250定律，从朋友处获取
- 6、从金融机构，比如银行处寻找
- 7、从车管所、交警大队、驾校等
- 8、汽车展厅或4S店
- 9、其他渠道：沙龙、高端论坛等

案例：某公司营销员的客户寻找之道

### 五、关于大客户营销的5W2H法则

- 1、为何要开发                      Why
- 2、分布在哪里                      Where
- 3、创立多长时间                      When
- 4、谁是核心人物                      Who
- 5、分布在什么行业                      What
- 6、客户经营状况如何                      How
- 7、投入多少保费                      How much

链接：大客户营销的四个关键点

## 六、大客户招投标标书的准备与要点

- 1、认识标书的作用
- 2、撰写标书的关键点
- 3、标书撰写的技巧

## 七、招投标核心——找到大客户里面的关键人物

- 1、什么是关键人物？
- 2、如何找到关键人物？
- 3、五种关键人物作用模型

案例：某企业销售经理看似“谍报”的信息获取

## 八、参与招投标的实战沟通技巧

- 1、积极聆听

聆听的五个层次

- 2、主动提问

三大提问技巧

链接：沟通当中融入、共鸣小技巧

- 3、案例介绍法
- 4、帮客户算账法
- 5、富兰克林法
- 6、证明材料法
- 7、现场演示法

案例：某企业大客户营销沟通技巧

## 九、决定招投标成败的八大关键因素及工具运用

- 1、决定招投标的八大关键因素
- 3、工具：雷达分析法——注意扬长避短

案例分析：某企业的对比分析

## 十、大客户营销当中客户异议处理技巧

- 1、正确看待异议
- 2、处理大客户异议的四大原则
- 3、常见七大异议处理技巧

系列案例：解读异议处理方式

## 十一、大客户谈判七大实战技巧

- 1、迂回技巧
- 2、“哭穷、诉苦”
- 3、红脸、白脸
- 4、职权有限
- 5、搬出“关系人”
- 6、改变谈判场所
- 7、以礼攻心

系列案例：大客户营销这样谈才有效

## 十二、大客户营销成交的三大技巧

- 1、把好处说够
- 2、把坏处说透：迂回，不要直接说客户
- 3、限时限条件成交

案例：如何向士兵推销保险？

### 十三、大客户营销成交后大数据建立

- 1、大数据建立原则
- 2、大数据建立内容
- 3、如何才能让大数据更有竞争力？

工具：大数据三个层级

案例：王永庆卖大米带给我们的营销启示

## 第二部分：大客户管理、维护及良好客情关系建立

### 一、大客户管理与维护

- 1、从营销 4R 看建立客户关系的重要性

案例：世界上最伟大的推销员

- 2、客户需求深度分析

链接：激励不相容理论

- 3、中国特有的商业环境

面子、人情

- 4、客户关系管理的目的

让客户成为朋友，实现转介绍和持续消费。

### 二、如何进行大客户关系管理？

- 1、大客户分类管理

附：分类表格

- 2、不同客户不同服务标准

拜访频率、服务内容……

分组讨论：对于大客户,我们应该提供哪些标准的服务内容？

工具：大客户管理数据卡

- 3、如何建立 VIP 服务系统以吸引大客户？

案例分析：某企业 VIP 服务系统

- 4、如何实施顾问式销售

顾问式销售与产品销售区别

- 5、大客户激励——马斯洛原理：人的五层需求及其满足

- 6、为大客户提供最大化的增值活动

附：十二种附加价值活动

### 三、大客户关系管理中的客户投诉处理

- 1、产生不满、抱怨、投诉的三大原因

- 2、客户抱怨投诉目的与动机

- 3、客户投诉处理原则

- 4、客户投诉处理技巧

- 5、客户投诉危机公关 5S 原则

### 四、大客户关系管理中的服务满意度提升

- 1、为何要通过服务提升客户的满意度？

- 2、服务五准则：

链接：客户为什么离我们而去？

### 3、服务的三个层次

链接：《客户抱怨歌》

失去客户的十种原因

链接《成功服务信条》

### 4、如何通过服务来提升客户的满意度

- 1) 树立全员营销、全员服务意识
- 2) 服务营销的5S法则
- 3) 个性化服务
- 4) 服务延伸

## 五、大客户客情关系打造技巧

- 1、良好客情关系的准则
- 2、客情关系构建的原则：理解与尊重
- 3、客情维护的对象
  - 1) 大客户及其家人
  - 2) 大客户的核心员工
- 4、常规性周期性客情维护

链接：礼物价值公式

案例：某公司的礼品设计

送礼技巧：“大”中之“小”不如“小”中之“大”
- 5、重大节假日客情维护
  - 1) 贺词载体的选择

短信、电话、电子邮件、寄贺卡
  - 2) 贺词内容的确定

案例：如何做到人性化
  - 3) 重大营销事件发生时客情维护
- 6、个人情景客情维护
  - 1) 客户生日
  - 2) 客户非规律性重大喜事
  - 3) 客户非良性意外事件
  - 4) 关心客户身体健康
  - 5) 投其所好
- 7、“多管闲事”客情维护
- 8、重大环境事件客情维护经营建议、管理建议、家务事等
- 9、客情打造关键：细节要到位

对标案例：同样做客情，效果大不同