

# 《客户拜访与客户开发新思维》课程教学大纲

**课程名称：**《客户拜访与客户开发新思维》

**课程性质：**内训/公开课

**教学时数：**学时 6 小时（一天）

**课程收益：**德鲁克说：“企业的核心工作就是为客户创造价值”，可见客户是企业的重要资源。安装与维护人员在服务客户的第一线，客户的接触度高，在安装和维护的过程中应该熟练运用沟通的技巧，提高客户满意度，在做好本职工作的同时洞察客户心理，创造更多商机，提高公司整体业绩。

**教学要求：**采用课堂讲授与课堂讨论相结合的方式进行，课堂讲授要求理论结合实际，运用大量案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，增加课程的实用性。

**教学纲要：**

## 第一章：客户拜访主要流程

1. 确立拜访客户的理由
2. 制定拜访计划
3. 拜访前的准备
4. 成功的邀约
5. 成功的开场白
6. 业务洽谈
7. 确定达成
8. 致辞告别

## 第二章：客户拜访前的准备

1. 拜访线路的规划，
2. 成功的邀约，
3. 销售工具包，
4. 客户资料卡，
5. 产品知识，
6. 上次拜访的承诺，
7. 本次拜访的目的扶持，
8. 仪表精气神，
9. 合同资质，
10. 沟通话题。

## 第三章：客户拜访中期控制

## 一、客户常见的心理

1. 上帝心理
2. 炫耀心理
3. 求利心理
4. 求变心理
5. 从众心理
6. 逆反心理
7. 防范心理
8. 权利心理
9. 焦虑心理
10. 同情心理

## 二、客户行为语言的心理分析

1. 眼神的分析与判断
2. 面部表情的分析与判断
3. 肢体语言的解读
4. 语气语调的分析与判断
5. 客户公司地位的判断
6. 客户办公场景的解读
7. 案例：WTO 谈判的启示
8. 案例：肢体语言在谈判中的运用
9. 案例：特朗普的“极限施压”启示
10. 工具：客户分析 RFM 模型
11. 工具 CRM 数据分析与精准营销

## 三、客户沟通心理学

### 一、不同层级的沟通方式

1. 总裁命运共同体
2. 高层精神共同体
3. 中层事业共同体
4. 基础利益共同体

### 二、高级沟通在“魂”魂

1. 相同的价值观
2. 相近的处事方法
3. 学会赞美
4. 走心的沟通-唱和术

## 5. 关键是我懂你

### 三、互联网语言有温度

1. 视频、图片、文字、语音之间的关系
2. 背景音效处理
3. 用文字和声音创造语境
4. 倾听的技巧
5. 表情包的运用。
6. 标点符号的运用
7. 声音的运用
8. 视频的运用

### 四、如何破解客户的抗拒感

#### 一、破除抗拒感的方法

1. 巧说反话，迂回攻心
2. 用一点压力促使客户果断下单
3. 欲擒故纵，表露不情愿心理
4. 小恩小惠好做大买卖
5. 巧对客户的价格异议
6. 让利改变客户的心理
7. 同理心使客户与你走的更近
8. 迎合客户的上流阶层意识
9. 用小话题掀起客户的情感大波澜
10. 案例：啰嗦型的客户影响工作怎么办
11. 案例：如何搞定变卦的客户？
12. 工具：SPIN 销售法的运用

#### 二、不同类型的客户心理分析及对策

1. 犹豫不决型客户
2. 脾气暴躁型的客户
3. 沉默寡言性的客户

4. 节约俭朴型的客户
5. 虚荣心强的客户
6. 贪小便宜型的客户
7. 滔滔不绝型客户
8. 理智好辩型客户

#### **第四章：客户拜访后期跟踪**

1. 客户的层级分类
2. 确定不通客户拜访的周期
3. 客户跟踪的精力分配
4. 客户价值评判
5. 客户内线的建立
6. 客户生活场景的了解
7. 制造重点客户的“巧遇”
8. 客户网络的接触点分析
9. 熟客资源的撬动
10. 客户周边资源的调动
11. 公司上级领导的回访
12. 展示其他客户成交的进展

#### **第五章、客户意识与客户思维**

1. 利他意识
2. 服务意识
3. 信息意识
4. 口碑意识
5. 利润意识
6. 首创思维
7. 横向思维
8. 逆向思维
9. 非线性思维
10. 结构思维

11. 合分思维

12. 差异思维

10. 共赢思维

11. 复利思维