

# 《提高综合商拓能力》

## 课程教学大纲

**课程名称：**《提高综合商拓能力》

**课程性质：**内训

**教学时数：**学时:两天

**课程对象：**营销人员

**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。传统时代是“买的没有卖的精”，互联网时代是“卖的没有买的精”。目前市场普遍是产能过剩，产品同质化，导致优质客户资源稀缺。商拓的综合能力，主要包括商机挖掘、客情维护、商务谈判、招投标等。

**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，要求讲师运用电脑多媒体课件和网络技术作为教学辅助工具，同时配备课堂练习，现场互动以消化老师的课程内容。

### 教学纲要

#### 第一部分：客情关系维护

##### 壹、 客户行为与心理

1. 客户需求理论
2. 购买场景与心理
3. 客户的购买动机
4. 客户购买的兴趣点
5. 购买的一般心理过程
6. 需求性购买动机和心理性购买动机
7. 购买动机的可诱导性
8. 购买决策心理
9. 知觉在营销活动中的作用
10. 感觉：视、听、嗅、味、触觉等。

##### 贰、 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. 客户服饰的解读
8. 案例：WTO 谈判的启示
9. 案例：邓总的肢体语言

### 三、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

### 四、目标客户商机挖掘

1. 用户分析的四个重点
2. 用户开发的十大误区
3. 精准营销目标要明确
4. 获得用户：挖掘潜在用户
5. 留住用户：维护现有用户
6. 激活用户：激活休眠用户
7. 如何让用户主动找我们
8. 案例：这张用户信息表的问题在哪里？
9. 工具：开户开发的十大思维
10. 工具：头头是道的运用
11. 顾问式销售的特点
12. 站在客户的角度制定最佳的解决方案
13. 客户利润增长提案 PIP 数值
14. 客户利润增长提案内容
15. 顾问式销售的要素
16. 顾问式销售操作过程
  - ✓ 使买方说得更多
  - ✓ 使买方更能理解你
  - ✓ 使买方遵循你的逻辑去思考
  - ✓ 使买方进行有利于你的决策
18. 解决方案呈现技巧
19. 工具：问话的六大模型
20. 工具：用 SPIN 模式挖掘客户痛点

### 第二部分：商务谈判概述

#### 一：谈判的要领

1. 什么是谈判
2. 人生无处不谈判
3. 商务谈判的价值
4. 商务谈判的 7 个步骤
5. 谈判中易犯的错误
6. 谈判的本质
7. 谈判的基本原则
8. 什么是双赢谈判，

课堂互动：谈判的实质是什么？

案例：中英香港谈判对商务谈判的启示

课纲提示：谈判的总体概念，谈判不是秀口才，而是要达成目标，  
做长久生意

#### 二、谈判的准备阶段

1. 确定谈判的目标

2. 团队角色的分配
3. 谈判中的三种评估
4. 评估中常用的工具
  - 1) SWORT
  - 2) 鱼刺骨分析法
  - 3) 多因素评估法
  - 4) 关键路径法
5. 谈判中的三策
6. 建立主场优势的方法
7. 如何拟定谈判议程
8. 如何评估谈判对手
9. 谈判者的核心技能

案例：客户信息表存在的问题？

课堂互动：如何营造良好的谈判氛围

### 三、谈判的开始阶段

1. 专业的行为表现
2. 专业形象取得谈判优势
3. 谈判开始注意的问题
4. 如何判别谈判气氛
5. 怎样解读对方的身体语言
6. 怎样提出建议
7. 怎样回复对方的提议

### 四、谈判的展开阶段

1. 谈判遇到的障碍及对策
2. 如何破解对方的战术
3. 如何强化自身优势
4. 将面对的难题及其解决方法
5. 如何弱化对方的优势
6. 什么时候应该说“NO”
7. 谈判的解题模型
8. “顽固派”如何打交道
9. 掌握适当的让步策略

课堂互动：如何让步的尺度如何把握

本章节主要是谈判的整个过程的把控，前期的充分准备不打无准备之仗，第一阶段对自我、对方、形式的评估，

### 五、商务谈判的议价

1. 达成协议应该注意的问题
2. 如何报价及报价的技巧
3. 如何把握让价的尺度？
4. 让价的注意事项有哪些？
5. 如何谈判结束应该注意的事项
6. 如何帮客户下决定
7. 案例：华为是如何突破区域客户的
8. 工具：SPIN 营销法

课堂互动：如何让步的尺度如何把握

如何消除客户的抗拒感

### **第三部分：商务礼仪**

#### **一、良好的职业行为 - 专业形象塑造**

##### **1、提升你的“仪容”**

1)你的“角色”应体现出的精神面貌

##### **2、你的仪容规范**

1)面部修饰、肢部修饰、发部修饰、化妆修饰

##### **3、礼交场合仪表规范**

1)着装 TOP 原则 (时间原则、场合原则、地点原则)

2)饰物的佩戴原则与搭配技巧

3)西装的着装规范、套裙的着装规范与禁忌

4)礼服的款式与配饰搭配技巧 - 应用于社交场合

5)不同体型特征的着装技巧与要领

6)管理者的形象风采与魅力装扮

#### **二、良好的职业行为 - 商务交往规范**

1、商务引见、引导与介绍

2、握手与名片礼仪

3、席位安排的礼宾次序

4、商务距离的运用

5、电梯与乘车礼仪

6、座次礼仪、会议礼仪

#### **三、良好的职业行为 - 公关交往艺术**

1、问候的艺术

2、得体的称呼

3、距离有度 (不同情境下与客户的交往距离)

4、情境交往距离 (中国文化下的交往礼仪)

5、馈赠礼品的技巧与艺术

#### **四、良好的职业行为 - 宴客礼仪**

1、商务用餐的分类

2、西餐礼仪

3、中餐礼仪

1)商务人员如何点菜

2)菜式的选择与搭配

3)中餐餐具使用禁忌

#### **五、良好的职业行为 - 沟通礼仪**

1、人际关系作为资源带来的价值

1)经理人成功的 80%因素来自于人际关系驾御能力

2)沟通的理念与心态调整

2、人际沟通的基本技巧

1)通过“聆听”了解对方

2)通过“提问”澄清问题

3)通过“表达”让对方理解

4)通过“信任”建立关系

### 3、“同理心”技巧

1)表现出同理，而不是同情

2)缺乏同理的倾听模式

#### 第四部分：招投标实操

1. 招投标的 4 大特点
2. 招投标的基本原则
3. 招投标的作用
4. 客户招投标的流程
  - ✓ 发标
  - ✓ 应标
  - ✓ 评标
  - ✓ 开标
  - ✓ 定标
  - ✓ 合同签订
5. 评标的组织与人员
6. 公开招标与邀请招标的区别
7. 标书如何达标
8. 搞清楚招标的价格及内涵
9. 技术指标及参数
10. 竞争对手的了解
11. 招投标常犯的错误
  - ✓ 评标前没有“沟兑”
  - ✓ 不了解客户需求
  - ✓ 标书不合格
  - ✓ 缺少三场“主场、气场、磁场”
  - ✓ 。。。
12. 案例：SPIN 销售法与痛点发掘
13. 工具：产品路演的 FABE 法