

配件大客户销售技巧课程

课程对象：销售经理、销售总监、销售人员

主讲老师：马诚骏

课程时间：两天

授课模式：导师讲解、大量案例分析，双向沟通、疑难解答、针对性讲解、参与式研讨。

课程大纲：

第一单元：开展大客户营销的意义及重要性

- 商用车开展大客户开发的意义分析
- 大客户对企业发展的营销意义与意见领袖作用
- 大客户对营销渠道的贡献分析
- 配件供应商针对的大客户特点与特征分析
- 大客户的判定标准设定（根据企业的标准）

第二单元：大客户开发流程

- 大客户的数据收集与整理分析
- 大客户的营销定位（根据业务范畴的营销定位与方案）
- 大客户开发方案的内容解析
- 大客户开发流程分析

第三单元：大客户开发前的准备

- 大客户的调研方向解析（组织架构、企业性质、需求等）
- 大客户开发的九字真言（找对人、说对话、做对事）
- 大客户开发的知己知彼数据分析
- 大客户开发的基本礼仪规范
- 数据分析的工具解析
- 案例互动

第四单元：大客户开发的实施过程

- 1、 大客户开发人员的要求
 - 大客户开发人员的综合素养打造分析
 - 上门拜访接洽的工具表单分析
 - 营销人员的专业心态打造
- 2、 开发过程的实施

- 大客户开流程实施的真情时刻
- 大客户需求分析的技巧分析（望、闻、问、切）
- 大客户拜访的五类人群分析（看门人、出资人、采购人、使用人、影响人）

第五单元：大客户报价及洽谈技巧

- 大客户价格谈判的套餐制度
- 企业价值与大客户核心需求对接技巧
- 品牌战略、服务战略、定位战略、配置战略、团队战略、价格战略分析
- 大客户投标书与计划书设计（案例研讨）
- 企业对企业的业务对接，大客户的零部件供应方案确定与签署。

第六单元：大客户维系与开发

- 大客户生命周期的维护技巧
- 客户中心的大客户维系计划
- 客户满意度、忠诚度、贡献度、依存度的打造
- 零部件的质量管控与客户的异议处理技巧