

# 大客户顾问式销售

主讲老师：刘华鹏（1~2天）

## 【课程收益】

- (1) 全面系统掌握大客户顾问式销售的基本流程、方法和技巧；
- (2) 掌握与大客户（KOC）建立信任、挖掘需求的方法、工具；
- (3) 掌握常用的产品推介方法和技巧，针对性塑造产品价值点；
- (4) 了解客户成交顾虑的几种形式，掌握处理成交顾虑的方法；
- (5) 掌握谈判成交的主要技能与方法，推动快速成交落袋为安；
- (6) 可根据情况在课后进一步探讨和开展大客户营销咨询服务。

## 【课程形式】

- (1) 分组学习（每组6~8人），分组积分，优胜小组最好有小礼物；
- (2) 理论讲解（1/4是理论），深入浅出，刘老师富有激情和互动性；
- (3) 案例分析，每一讲都会有一个比较完整且深入的本行业案例分析；
- (4) 提问互动，就案例进行启发式提问互动，挖掘背后可用的方法论；
- (5) 工具应用，课程中尽可能给学员能够直接应用的工具和数学模型；
- (6) 角色演练，刘老师给定具体场景和要求，现场进行角色扮演演练；
- (7) 复盘总结，课程结束时利用1小时进行学习成果总结，输出SOP；

## 【课程大纲】（可根据具体需求进一步针对性微

调大纲和案例）

### 第一部分：课程讲解互动

课程模块	课程内容
第1讲 找准客户，大数据助推精准营销	(1) 客群画像，精准定义目标客户相关参数 (2) 客户分析，组织结构合作偏好信用风险 (3) 初次接触，埋下后续沟通的伏笔和引子 (4) 同频交流，快速赢得关键负责人的认可 (5) 爱屋及乌，处好客户每个接触人的关系
第2讲 建立信任，没有认同就没有合同	(1) 寻找“五同”元素，快速取得客户认同 (2) 适当投其所好，合规前提下礼轻情意重 (3) 保持沟通频率，路遥知马力日久见人心 (4) 制造深度接触，进一步升温客户的信任

	(5) 真诚专业价值，让客户感知你的价值感
第3讲 需求激发，建立科学的交互机制	(1) 望闻问切 SPIN 模型，通过连环问发掘商机 (2) 洞察客户目前的痛点，转化为对产品的需求 (3) 打破客户认知舒适区，当头一棒泼一盆冷水 (4) 客户正待上马的项目，助其推动项目的运营 (5) 关注客户的其他动态，变化中潜藏合作商机
第4讲 产品塑造，突出价值点和差异化	(1) 功能卖点 (F)，塑造产品的核心功能和卖点 (2) 比较优势 (A)，和同类产品相比的主要优势 (3) 利益好处 (B)，当下购买能获得的额外福利 (4) 客户见证 (E)，王婆卖瓜不如老客户一句话 (5) 价值先行 (P)，客户认同价值之前回避价格
第5讲 异议处理，打消客户的购买疑虑	(1) 认真聆听 (L)，从客户的抱怨中分析问题根源 (2) 换位思考 (S)，站在客户角度分析其购买心理 (3) 问题澄清 (C)，找到分歧的原因并且达成共识 (4) 提出主张 (P)，提出解决客户疑虑的执行方案 (5) 要求行动 (A)，敦促客户按照约定进一步推动
第6讲 知己知彼，化解竞争对手的干扰	(1) 心中有数，找出潜在的直接和间接的竞争对手 (2) 竞品画布，结合 SWOT 模型对竞品做透视分析 (3) 精益画布，借助 \$ APPEALS 模型凸显自身优势 (4) 商业画布，从商业模式的九大画布展开竞品分析 (5) 竞争策略，田忌赛马突出展示自己的核心竞争力
第7讲 商务谈判，买卖都是谈出来的	(1) 专业力，谈判者要表现得足够专业和有耐心 (2) 奖赏力：以双赢为原则让客户获得利益满足 (3) 个人魅力：通过言谈举止打造良好的销售形象 (4) 情景力：适当释放自己的职业优势并营造氛围 (5) 讲故事的能力：故事/案例增强代入感与说服力
第8讲 签订合同，看准时机促成交易	(1) 犹豫不决者，危机促成法-别耽误公司项目的进展 (2) 打动其内心，情感促成法-情怀虽虚但有时很管用 (3) 邀请先试用，体验促成法-在试用过程中更易买单 (4) 限时限量版，利益促成法-技术附加值和利益促动 (5) 用事实说话，客户见证法-王婆卖瓜不如客户来夸

## 第二部分：总结复盘与团队共创 SOP

主题	详细内容	时间
----	------	----

<p><b>分组讨论</b></p> <p>本企业大客户营销的方式方法与关键点梳理</p>	<p>(1) 分组总结全部课程所学知识点、工具模型、案例启发</p> <p>(2) 围绕本企业大客户营销的方式方法与关键点展开研讨</p> <p>(3) 各小组头脑风暴，每人提出不少于三条相关建议</p> <p>(4) 老师现场陪伴，小组如遇问题可随时和老师沟通</p> <p>(5) 组长总结汇总，汇聚小组群体的智慧形成团队共创文案</p>	<p>0.5 小时</p> <p>复盘 SOP</p>
<p><b>成果展示</b></p> <p>PPT 汇报、点评、颁奖</p>	<p>(1) 分组上台汇报，每组汇报 15 分钟，老师点评 5 分钟</p> <p>(2) 共创成果得分前三名、两天课程表现前三名现场授奖（成果奖、表现奖）</p> <p>(3) 集体合影，整理好教室清洁卫生，本次活动结束</p>	<p>0.5 小时</p> <p>汇报通关</p>

### 第三部分：训后行动计划跟踪 PDCA

- 1、PDCA 是一项国际管理界高度认同的行动学习模式和方法，旨在解决训后的落地与转化难题；
- 2、本表填写目的在于进一步对训后进行跟踪，敦促和促进学员将所学知识转化为能力和绩效；
- 3、本表要求学员在培训结束后 1 周内完成学员填写部分，并将电子版提交于直接上级领导，便于领导监督检查执行情况；
- 4、PDCA 行动计划覆盖 3 个月，课后 3 个月上交此文档，并抄送培训机构进行评估总结。