

行业寒冬下的建材行业大客户营销技巧

讲师：李豪

课程简介：本课程针对在房地产与建筑行业整体寒冬的大背景之下，本课程就建材企业如何拓展新市场、新业务，有效避免踩坑。主要针对政府事业单位、国企工程、旧改和公建配套项目的获得项目信息、找到负责部门和关键人、项目投标和中标，以及房地产企业、物业开发企业客户的开发、维护与管理。从政府部门决策机制与工程项目立项、论证、预算和发标，和房地产企业采购为课程切入点，展开如何有效针对政府事业单位、国企和房地产企业和房地产项目的客户维护、开发与保持合作关系。

课程时间：1天

课程对象：建材相关行业的高、中管理者，营销总监、销售经理、大客户经理等

课程收益：

- 1、学习和掌握行业寒冬之下安全有效地拓展客户和项目的新模式；
- 2、学习和掌握政府、事业单位和国企不同项目立项的方式与主要管理部门；
- 3、学习和掌握政府、事业单位和国企项目从立项到中标建设的全流程和相关决策机制和获得项目策略；
- 4、学习和掌握大客户关系建立、维护、管理和决策流程、决策要点；
- 5、学习和掌握政府部门关系维护、沟通的方式与核心诉求。

课程大纲：

- 1 行业寒冬下拓展客户和项目新模式
 - 1.1 行业寒冬下拓展客户/项目四种模式
 - 1.1.1 资金稳定的开发商
 - 1.1.2 有持续开发项目的国、央企开发商

- 1.1.3 政府类工程与项目
- 1.1.4 优质项目投资+建筑模式
- 1.2 项目拓客有效避免踩坑
 - 1.2.1 项目背景与企业背景调研
 - 1.2.2 项目资金来源与融资模式
 - 1.2.3 项目支付方式与支付款来源
 - 1.2.4 项目结算方式与结算周期
- 2 政府项目与房地产行业客户开发
 - 2.1 政府国企建设项目立项方式与主要管理部门
 - 2.1.1 旧改项目的立项目方式与管理部门
 - 2.1.2 开发区、保税区建设项目立项的方式与管理部门
 - 2.1.3 市政项目与其他项目立项与管理部门
 - 2.1.4 国企项目建立项的方式与管理部门
 - 2.2 发现客户需求与市场机会
 - 2.2.1 政府事业单位、国企走访
 - 2.2.2 关系营销
 - 2.2.3 招标平台关注
 - 2.2.4 土拍网站查询
 - 2.2.5 同行合作
 - 2.3 接近房地产客户
 - 2.3.1 接近和开发房地产客户十法
 - 2.4 引起行业大客户关注和兴趣
 - 2.4.1 引起行业大客户关注的六步法
 - 2.5 不同类型房地产企业工程发包和招标模式
 - 2.5.1 房地产企业服务外包的核心要素
 - 2.5.2 房地产企业对供应商的选择
 - 2.5.3 影响房地产企业采购因素
 - 2.6 演练：大客户开发与接触大客户**
- 3 政府事业单位、国企项目立项、发标、中标与合作全周期

3.1 大型建设与工程立项

3.1.1 立项依据与需求：国家政策、城市规划、政治任务

3.1.2 从立项到发标相关部门：主管部门、发改委、专家组、财政局、自规局、住建局、招标办/招标平台

3.1.3 立项中关键环节：可行性研究、项目预算、规划与设计、项目参考、合作方式参考与评审、合作方式选择、项目发标与招标方式、中标的条件

3.2 项目中标的条件和方法

3.2.1 项目整体建设统一发标，单一建材不拆标：怕麻烦，不承担责任

3.2.2 承建方的品牌、资质与承建能力

3.2.3 中标解决方式

3.2.3.1 关键决策人物对承建方的认同

3.2.3.2 找有品牌、资质承建方式合作

3.2.3.3 特殊材建供应

3.2.3.4 与总包一起投标再拆标

3.2.3.5 围标如何防范风险

4 政府和关系部门关系建立与沟通

4.1 与政府相关部门建立关系四种方法

4.1.1 利用政府关键人的亲友关系

4.1.2 利用政府其他合作方式关系

4.1.3 利用下级单位关系

4.1.4 直接登门拜访

4.2 与政府相关部门的沟通模式

4.3 与政府官员联系与沟通

4.3.1 抓住核心人物

4.3.2 建立政府关系

4.3.3 赢得政府与相关人员信任

4.3.4 如何让政府人员为你说话

4.4 与设计院和其他供应商建立关系

- 5 客户拜访技巧
 - 5.1 客户预约技巧
 - 5.2 拜访客户前的准备工作
 - 5.3 客户拜访的三个重要场所
 - 5.4 客户拜访中的技巧与察言观色
 - 5.5 如何在拜访中发展商机
 - 5.6 在拜访客户中赢客户信任的技巧
- 6 与大客户建立关系
 - 6.1 为客户着想
 - 6.1.1 为客户着想的目的与互信关系
 - 6.1.2 为客户着想的三个层面
 - 6.1.3 大客户销售中的四类利益主体
 - 6.2 满足客户期望的要点
 - 6.3 关键人的开发策略
 - 6.3.1 大客户合作的五个阶段与大客户销售的五个阶段
 - 6.3.2 关注客户的组织结构和决策链
 - 6.3.3 关键人开发五步骤
 - 6.3.4 提高与关键人的交往水平
 - 6.3.5 关键人的支持程度分级
 - 6.3.6 如何让关键人在客户内部为你工作
 - 6.4 利用参观考察赢得合作机会
 - 6.5 利用产品性能与成本优化赢得合作机会
 - 6.6 利用服务与策略性供应产品赢得合作机会
- 7 客户跟进技巧
 - 7.1 学会无中生有跟进客户
 - 7.2 设定有效跟进客户节点与时间
 - 7.3 跟进客户摸清客户的合作意愿
 - 7.4 改变客户合作意愿有效五法
 - 7.5 趁热打铁拿下客户

