行业寒冬下的建筑行业客户营销技巧

讲师：李豪

课程简介：在房地产与建筑行业整体寒冬的大背景之下，本课程就建筑施工企业如何拓展新市场、新业务，有效避免踩坑。并且获得国企、央企、政府类相关建筑施工业务，并且建立长期合作。

课程时间：2 天

课程对象：建筑相关行业的高、中管理者，营销总监、销售经理、大客户经理等

课程收益：

1、了解和认清当前房地产行业和政府客户特点、服务外包的合作模式；

2、学习和掌握如何有效维护和开发相关大客户，如何掌握关键客户；

3、学习和掌握如何建立与政府客户的关系，以及利用政府或政府人员关系为开发房地产客户和赢得项目合作发挥作用。

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　行业客户开发
2.1 项目客户开发十法
2.2 引起行业大客户关注和兴趣
2.2.1　引起行业大客户关注的六步法
2.3 不同类型房地产企业工程发包和招标模式
2.4 房地产企业服务外包的核心要素
2.5 房地产企业对供应商的选择
2.6 影响房地产企业采购因素
2.7 政府工程发包与总包选择特点
2.8 演练：大客户开发与接触大客户
3　与大客户建立关系
3.1 为客户着想
3.1.1　为客户着想的目的与互信关系
3.1.2　为客户着想的三个层面
3.1.3　大客户销售中的四类利益主体
3.2 满足客户期望的要点
3.3 发掘潜在需求，超越客户的期望
3.4 提高项目赢率
3.4.1　赢率的四个级别
3.5 房地产企业关键人的开发策略
3.5.1　大客户合作的五个阶段与大客户销售的五个阶段
3.5.2　关注客户的组织结构和决策链
3.5.3　合作中的八种关键人
3.5.4　关键人开发五步骤
3.5.5　提高与关键人的交往水平
3.5.6　关键人的支持程度分级
3.5.7　如何让关键人在客户内部为你工作
3.6 演练：客户沟通、合作洽谈、深度摸清客户意向

4 赢得大客户合作机会有效方法

4.1 利用项目合作方案赢得合作

4.1.1 项目合作方式准备与策划

4.1.2 项目合作方式的格风与开发商的偏好

4.1.3 吸引客户的核心关键点

4.1.4 递交项目合作方式的方法

4.1.4.1 时间和时机的选择

4.1.4.2 递交的方式

4.1.4.3 递交的对象

4.1.5 确保项目合作方式高通过效的方法

4.2 利用参观考察赢得合作机会

4.3 利用产品性能与成本优化赢得合作机会

4.4 利用服务与策略性供应产品赢得合作机会

5 建立开发商外围关系获得合作机会

5.1 与政府相关部门建立关系

5.2 与政府相关部门联系与沟通模式

5.3 与政府官员联系与沟通

5.3.1 抓住核心人物

5.3.2 建立政府关系

5.3.3 赢得政府与相关人员信任

5.3.4 如何让政府人员为你说话

5.4 与银行、设计院和其他供应商建立关系

6 客户拜访技巧

6.1 客户预约技巧

6.2 拜访客户前的准备工作

6.3 客户拜访的三个重要场所

6.4 客户拜访中的技巧与察言观色

6.5 如何在拜访中发展商机

6.6 在拜访客户中赢客户信任的技巧

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