

精准营销——如何开拓大客户

【课程背景】

要想取得最好的销售业绩，就是要发现销售的成功秘诀——抓住大客户！

众所周知，大客户掌控着众多可供利用的资源和巨大的消费潜力，能给企业带来更多的利益，尽管几乎所有的企业都已经认识到大客户的重要性，但是与大客户的合作也比普通的客户更加的困境，大客户销售之路必是充满困难和挫折的，而如何开拓优质大客户这一难题一直是销售所困惑的。

如何找到大客户？

如何抓住大客户的内心？

如何成功约见大客户？

如何与大客户搞好人际关系？

.....

以上这些问题都时常困扰着销售人员，阻碍企业进一步攻下大客户的目标，解决了这些问题，销售才能更好的迈出大客户销售的第一步。张老师结合了亲自参与的众多成功案例及销售经验，从不同角度深入总结了一套行之有效的大客户开拓方法与技巧。

【课程收益】

- 1、可以更加快速定位大客户
- 2、成功约见大客户
- 3、掌握获得客户好感的销售行为
- 4、精准获得大客户需求
- 5、与大客户建立良好信任关系

6、掌握与不同类型的大客户打交道的方法

【课程时间】

2天（6小时/天）

【授课对象】

销售顾问、销售代表、大客户经理、销售主管

【授课方式】

讲师讲授+案例分析+角色扮演+情景模拟+实操演练

【课程大纲】

第一章 大客户评估

一、大客户价值矩阵

二、大客户商机评估

- 1) 可能带来的后续销售机会
- 2) 对公司品牌和声誉的影响
- 3) 对销售团队士气的影响

三、大客户风险评估

四、大客户筛选方法

- 1) 目标市场机会评估
- 2) 客户成熟度评估
- 3) 竞争条件评估

五、了解大客户销售特征

第二章 大客户分析

- 一、大客户信息收集渠道
- 二、收集大客户信息的方法
- 三、大客户采购流程
- 四、大客户的七种心理行为
- 五、影响大客户采购的两个重要因素
- 六、大客户采购关键点
- 七、大客户采购的四大关注点

第三章 开发前准备

- 一、心态准备——自信是最好的“敲门砖”
- 二、掌握信息
 - 1) 自身信息
 - 2) 对手信息
 - 3) 客户信息
- 三、目标计划——销售任务就是获得客户承诺
- 四、销售工具——硬件、软件
- 五、需要提前思考的问题
- 六、巧妙电话约见客户

第四章 大客户拜访

案例：一次客户拜访

- 一、获得客户好感的销售行为
 - 1) 首因效应——良好的第一印象

- 2) 如何破冰?
- 3) 高效开场白设计原则
- 4) 如何找到客户感兴趣的话题
- 5) 善用赞美抓住客户的心

二、策略性提问——好问题更显专业

- 1) 探索型提问
- 2) 问题型提问
- 3) 后果型提问
- 4) 价值型提问
- 5) 确认型提问

工具：提问参考话术

三 倾听的技巧

四、拜访工具

- 1) 商机发展提示卡
- 2) 电梯 30 秒法则

第五章 大客户开拓要点

一、.如何挖掘大客户需求

- 1) 大客户需求现状
- 2) 挖掘大客户需求的正确原则
- 3) 如何应对大客户的变化需求

二、找到决策者——让销售更加高效

- 1) 重视参与者
- 2) 如何找到决策者
- 3) 与决策者打交道的技巧

三、介绍方案——专业获得客户认可

- 1) 呈现价值——FABE 法则
- 2) 量化价值——IMPACT 法则
- 3) 证实价值
- 4) 升华价值

四、与不同类型的客户交流技巧

- 1) 沉默寡言型
- 2) 夸夸其谈型
- 3) 瞻前顾后型
- 4) 从容淡定型
- 5) 感性冲动型
- 6) 雷厉风行型
- 7) 吹毛求疵型

五、如何判断客户的行为代表

- 1) 着重关注客户的面部表情
- 2) 留意客户的眼神变化
- 3) 注意客户的手势
- 4) 不能忽视客户的小动作