

## 概述

：从经济开放开始到现在，B2B 销售人员经历三个不同的时代

。卖方市场：只要产品能够生产的出来，客户抢着买 .1

供需平衡：那个时期要拼销售人员的努力程度，客户就在那里，只要你努力勤快找 .2  
。客户，就会有生意

买方市场：销售人员再怎么努力，碰到的客户大多是专家。接触的第一句话就是： .3  
！你多少钱？太贵了

在买方市场中，产品之间的差距逐渐减少，在买方以价格为优先的状况下，卖方增加竞争力最快的方式就是降低生产成本及销售费用。降低销售费用从两方面着手：减少销售人员和电子商务。采取降低销售费用的策略后，发现确实是降低费用后的价格竞争力有提升，可以保住现有客户，但是要拓展新市场就心有余力不足了。卖方希望能够使用电子商务拓展市场的时候，就发现很难在网站上表现价值，最后还是以杀价为主要的手段。但很多企业产品的定位属于中高价位，这时候还是要回到销售人员的开发策略。但是，如何提升销售人员的销量就是最大的挑战。虽然上过许多的销售技巧和产品知识培训，但是效果总是不彰，主要的原因是一般的销售技巧课程，并不是针对客户开发而设计

本课程是针对国内的 B2B 市场环境所设计的客户开发的销售课程，结合理论、实践、工具及管理流程以帮助企业在完成培训后，能够立即提升新增客户数，以超越销售目标。为了让课程的理论与实际能够结合，于是期望学员能够带 30 个客户名单，以便在课程中进行。中，直接将学习到的技巧，运用到实际的客户开发工作之中，极大化培训的效果

## 学习流程

在课程中，学员将通过不同形式学习活动，来学习以下课题：（这些活动将包括小组与全（...体讨论、个人与结队练习等

购买心理的研究及客户开发的途径 ●

客户开发的心理建设 ●

客户开发的过程及目标管理 ●

过滤海选名单 ●

电话陌生拜访的技巧 ●

熟悉拜访的战略及战术 ●

## 课程收益

：在课程结束后，学员将学会以下技巧及收获

了解购买心理学，掌握客户购买的动机 ●

了解各种不同的客户开发方式，能够平衡投入以创造最大的绩效 ●

理解优秀销售人员的心理素质 ●

分辨客户、账户和商机的不同 ●

掌握客户开发的流程及目标管理 ●

掌握电话陌生拜访的技巧 ●

处理客户拒绝的技巧 ●

如何规划熟悉拜访，促进客户熟悉度 ●

熟悉拜访的技巧 ●

个人陌生拜访的技巧 ●

## 《新旧客户的开发及约见技巧》

教学方法	时间分	课程大纲	模块
<ul style="list-style-type: none"> <li>内容讲解 ·</li> <li>猜猜看 ·</li> <li>小组讨论 ·</li> </ul>	30分	<ul style="list-style-type: none"> <li>(开场 (客户方 ·</li> <li>破冰活动 ·</li> <li>研讨公约 ·</li> <li>课程介绍 ·</li> <li>? 讨论：学员面临的挑战是什么 ·</li> </ul>	课程导入
<ul style="list-style-type: none"> <li>内容讲解 ·</li> <li>技巧演示 ·</li> <li>小组讨论 ·</li> </ul>	30分	<ul style="list-style-type: none"> <li>单元目的：了解客户的购买心理，掌握客户购买的动机</li> <li>销售的定义：帮助客户做出决策与采取行动的过程</li> <li>三种购买的原因：改善、追求、避险 ·</li> <li>客户对于陌生拜访的心理及处理策略 ·</li> <li>活动：客户的需求分析及价值主张 ·</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 第一单元</li> <li>· 购买心理的研究及客户开发的途径</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>内容讲解 ·</li> <li>技巧演示 ·</li> <li>个人活动 ·</li> <li>小组讨论 ·</li> </ul>	30分	<ul style="list-style-type: none"> <li>单元目的：理解优秀销售人员的心理素质，做好心理建设</li> <li>销售人员可控事项 ·</li> <li>七个心智模式 ·</li> <li>：活动 ·</li> <li>寻找激情 -</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 第二单元</li> <li>· 客户开发的心理建设</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>内容讲解 ·</li> <li>技巧演示 ·</li> <li>个人活动 ·</li> <li>小组讨论 ·</li> </ul>	30分	<ul style="list-style-type: none"> <li>单元目的：了解客户开发的工作及过程架构的全貌，能够知道做什么、如何做、为何做</li> <li>分辨客户、战区和商机的不同 ·</li> <li>客户开发的流程管理 ·</li> <li>客户开发的相关指标 ·</li> <li>客户开发的目标计算及设定 ·</li> <li>销售人员的时间管理 ·</li> <li>：活动 ·</li> <li>目标推算 -</li> <li>时间管理模拟 -</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 第三单元</li> <li>· 销售过程及目标设定</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>内容讲解 ·</li> <li>个人活动 ·</li> <li>小组讨论 ·</li> </ul>	60分	<ul style="list-style-type: none"> <li>单元目的：从广泛的市场寻找可操作的客户清单</li> <li>从现有的客户绘制客户画像 ·</li> <li>定义价值提案 ·</li> <li>发展过滤问句 ·</li> <li>(商机产生的种类 (新旧客户 ·</li> <li>活动：制作潜在客户过滤问句 ·</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 第四单元</li> <li>· 市场探勘</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>内容讲解 ·</li> <li>技巧演示 ·</li> <li>话术准备 ·</li> <li>小组讨论 ·</li> <li>三人小组讨论 ·</li> </ul>	120分	<ul style="list-style-type: none"> <li>单元目的：掌握电话陌生拜访的技巧 ·</li> <li>电话陌生拜访的目的 ·</li> <li>客户讨厌陌生拜访的原因 ·</li> <li>电话陌生拜访的话术设计 ·</li> <li>如何处理拒绝：寄资料、已有供应商、不需要 ·</li> <li>突破守门人的技巧 ·</li> <li>活动：话术的设计及角色扮演 ·</li> </ul>	第五单元 电话陌生拜访
<ul style="list-style-type: none"> <li>内容讲解 ·</li> <li>技巧演示 ·</li> <li>话术准备 ·</li> <li>小组讨论 ·</li> <li>三人小组讨论 ·</li> </ul>	90分	<ul style="list-style-type: none"> <li>单元目的：掌握其他拜访的技巧，掌握熟悉拜访的技巧 ·</li> <li>：其他拜访 ·</li> <li>上门拜访 -</li> <li>邮件拜访 -</li> <li>短信拜访 -</li> <li>熟悉拜访的目的及技巧 ·</li> <li>活动：熟悉拜访的设计 ·</li> </ul>	第六单元 其他拜访的方式及熟悉拜访
6小时 30分		总课时长度	