

大客户开发与管理(2天)

本课程既从宏观层面系统的解析了什么是大客户，大客户的界定标准、大客户的开发流程、大客户的关系突破及维护、影响客户成交的各个关键决策角色，并从情报网络布局、关键人布局、从识局、破局等方面给学员一整套宏观布局策略与方法；同时又从微观角度深度剖析不同决策角色内心深层次的本源性需求，找到影响决策的关键要素，并制定针对关键要素的攻关策略和方法，让客户快速与我们走向双赢，坚定的成为我们的支持者，帮助学员快速的拿到订单。

【课程目标】

- 1、系统的认识到传统关系营销的误区，建立新型关系营销的新思维。
- 2、认识到影响成功销售的各关键决策角色，做到提前布局，防患于未然。
- 3、真正了解影响不同决策角色的核心按钮，真正找到关系突破的核心要诀。
- 4、掌握不同高层的决策风格，不同的沟通术与攻心术，快速突破关键人信任

【课程特色】

课程有深度：本课程是国内研究大客户销售最有影响力、最具深度的系列课程之一，其课程设计遵循国际上通用的案例研究五步架构：案例研讨—问题分析—解决方案—实际运用—提供工具。

训练有特色：培训以工具流带动理念提升，并以实际案例解读、小组讨论、多媒体演示、沙盘推演、情景互动等多种教学方式，让学员打开心门与老师一起思考、一起互动，让学员真正掌握大客户销售八大核心武器。

讲师更实战：讲师有 15 年的营销实战经验和 12 年营销管理经验，10 年研究工业品营销的背景，3 年总经理工作经历、8 年工业品营销培训与咨询经历。

工具可落地：本课程近几年已经被 200 多家企业培训后落地推进，全面提升了销售团队的整体客户攻关能力，且可对学员参加训练前与参加训练后的“项目跟单成功率”进行先后对比，可进行训前与训后的成果检测。

课程大纲

一、大客户营销的三把金钥匙

前言：大客户营销的五个误区

- -大、小客户之间的差异
- -从 7 个维度对大客户分类管控
- -大客户对销售顾问的要求
- -key1 大客户销售的四大步骤
- -key2 顾问式营销的核心思维
- -key3 成为职业化销售顾问的三个关键要素

案例讨论：老客户 450 万的订单为何谈飞了？

二、大客户开发的流程体系--六脉神剑

前言：客户采购流程的“天龙八部”

- -大客户销售失败的核心原因
- -大客户采购流程的分析（配套型）

信息收集	5%
客户评估	10%
深度接触	40%
技术交流	50%

方案确认	80%
高层公关	85%
签订合同	90%
客户服务	100%

- -六脉神剑业务管控体系的四大核心要素
 - 里程碑
 - 开发进度
 - 任务清单
 - 阶段目标

➤ -开发过程的技巧与策略库---葵花宝典

➤ -大客户开发过程节点----任务清单

三、大客户项目六步诊断分析流程-找对人

前言：大客户开发找对人是关键

- -分析项目组织，理清角色权责
- -分析决策链（分析关键人立场、客情关系、决策权重、爱好、需求）
- -明确客户采购所处的阶段
- -分析任务清单，项目目前卡在哪儿
- -分析主要竞争对手，制定竞争策略（12大竞争策略）
 - 技术壁垒--商务壁垒--负面案例--分割订单--陷进战术--迂回战术--拖延战术--引狼入室--调虎离山--虚假情报--价值组合--瓦解战术
- -组织内外部资源制定关键人突破策略与计划

案例讨论：650万的项目如何推进？

四、大客户关系开发的六脉神剑--做对事

前言：反腐新常态对工业品营销的影响应对策略

- -客户关系的五层立场--客户立场是客户关系经营的终点

案例：三个角色的立场分析

- -建立客户关系的三大技能（问、听、说）
- -客户关系发展的六个台阶（陌生人-熟人-朋友-好朋友--伙伴--死党）

友--伙伴--死党)

案例：客户关系识别与分析

- -推进客户关系的六大策略
 - 建立良好的第一印象是基础；
 - 识别客户的态度是关键
 - 推进客户的亲近度的五大利器
 - 推进客户关系话术的五个层次
 - 客户关系拓展的三类关键活动
 - 客户关系六个台阶的层层推进具体方法

案例：如何将陌生人变为死党

- -基层线人关系突破策略
 - 如何找线人
 - 线人预期管理
 - 线人关系突破两类关键活动

--如何与线人建立共同体

案例分享：线人关系突破

- 高层公关
 - 如何与不同风格的高层打交道
 - 不同年龄和岗位高层需求分析
 - 搞定高层的三板斧
 - 搞定高层的七剑下天山
 - 如何调整自己的风格来适应不同类型高层

案例讨论：十拿九稳的项目为何落单了？

- 建立信任的六大策略与方法
 - 大订单营销的信任树
 - 建立信任的六大策略与方法
 - 客户立场发展通道（关系--》信任--》需求--》立场）

案例讨论：非常有潜力的大客户久攻不下怎么办？

五、挖掘大客户需求的四重境界--说对话

前言：女人最想要什么？

- -销售中确定客户需求的技巧
- -有效问问题的五个关键

- -需求调查提问四步骤
- -隐含需求与明确需求的辨析
- -如何听出话中话？
- -如何让客户感觉痛苦，产生行动？
- -SPIN 运用的四步流程

案例演练：利用 SPIN 如何挖掘并引导客户需求

六、大客户发展培育的五个阶段

- 孕育阶段的应对策略与服务
- 初级阶段的应对策略与服务
- 中级阶段的应对策略与服务
- 伙伴阶段的应对策略与服务
- 协作阶段的应对策略与服务
- 案例讨论：大客户的结网案例

赵华——工业品营销培训专家

获奖证书（版权课程）

- 美国 ACI 版权课程 认证讲师
- 连锁经营标准化 认证顾问
- 浙江大学总裁班 特聘讲师
- 国家职业高级 培训师
- 中国 DISC 认证讲师
- 上海精修企管 首席顾问

学历（本科以上）

- 郑州大学 全日制本科
- 上海交通大学 MBA



职业履历

(老师照片)

曾任：

- 美国凯德涂料有限公司 销售经理、销售总监
- 浙江世友木业 营销顾问（连锁标准化建立）
- 中国工业品营销研究院 大客户总监、总经理、咨询顾问
- 上海精修企业管理咨询有限公司 总经理、首席顾问
- 巴德富化工有限公司 咨询顾问
- 苏世博（南京）减振系统有限公司（德资） 咨询顾问 年复合增长率 35%以上
- 瑞孚化工（上海）有限公司（美资） 咨询顾问 连年翻番式的增长
- 空压机行业协会 空压机营销研究院研究员

培训风格

赵华先生长期具有多年的外资企业的工作经验，并且在外资企业负责营销，取得了不错的成绩，外企离职后致力于工业品销售实战和营销咨询研究，有着多年的培训咨询管理经验，实施咨询项目的过程当中，对 B2B 类企业完整的营销体系，以及业务流程体系有系统的认知，所以在授课的过程当中会从体系化的角度来进行深入浅出的分享，从面到点，从点到面，完整的分享某个知识体系。赵老师擅长工业品营销、业务流程、技能技巧赋能体系、个人发展、团队建设、团队训练等培训课程。数年来，通过亲身实践，形成专业、系统、前瞻、实效的培训主张以及独特的演讲风格，授课风格热情、生动、幽默，深入浅出，具有极强的实用性。足迹遍及全国各地，授课 400 多场的营销

培训，曾服务与咨询过工业品行业的数十家知名企业。赵华老师授课满意度达到92%以上，客户的复聘率达60%以上。

精品课程

《大客户开发与管理》	侧重OEM类型企业流程梳理
《连锁经营的力量》	侧重标准化对企业经营带来的帮助
《项目性销售流程与管理》	侧重项目性销售业务流程与管理
《大客户营销实战秘籍》	侧重OEM类型企业销售技能技巧训练
《项目性销售营销实战秘籍》	侧重项目性销售的技能技巧训练
《深度接触暨发展线人》	OEM和项目型销售都需要解决的线人建立及维护
《顾问式销售暨解决方案式销售》	发现需求，引导需求，挖掘痛苦，明确需求
《实用商务谈判提升训练营》	实现利益最大化又能让客户感觉赢的实战步骤
《高层公关管--七剑下天山》	解决高层难见，见了难谈，谈了效果不好的问题
《打造高绩效的执行力销售团队》	职业化顾问式销售团队的建立、执行力的解决
《销售人员的时间及自我管理》	解决时间黑洞，合理调配时间，有效完成目标

客户见证

化工行业：

罗斯夫 巴德富 保立佳 苏博特 瑞孚化工（上海） 传化化工 汇丰石化 蓝星化工 中国化工集团 蓝山屯河 ……

建材行业

建华建材 浙东建材 上海洁士美 久诺建材 华石涂料 楚汉建材 中涂联化工 中材建设 东方雨虹 凯德涂料 ……

环保行业

桑德环境 雪浪科技 汇承自动化 通威太阳能 无锡虹业 陕西环保 琪玥环保 清大环保 ……

电气自动化

ABB 丹佛斯 微星电子 永固集团 罗格朗集团 正泰集团 远东电缆 摩恩电气 鑫磊压缩机 中山艾能……

OEM 配套

人本轴承 南玻集团 耀皮集团 菲尼克斯 双良集团 中通文博 汉钟精机 巴德富集团 瑞孚化工 苏世博（南京） ……