

《高级客户经理之——华山论剑》

针对的问题

- 政府里我有朋友，大型企业里我有关系，可还是推进不了我的项目。—— 解读官场“潜规则”。
- 众多的领导中，谁才是真正有影响力的？那么多决策者，谁才是领导的代言人？
- 我想知道，领导的脑子里到底是怎么想的，怎么决策的？
- 我和决策者的身份地位差距如此之大，我该如何和他交往？—— “社会阶层”跃升的方法
- 要想守住长期客户，你会和美国总统犯同样的错误吗？
- 在冠冕堂皇的招标过程中，什么时候是最关键的？我们该怎样做？

高手对决，拚内功 —— 运筹帷幄
无招胜有招的法门 —— 回答“你是谁”
巅峰对决关键一击 —— 标准加权排序
守住客户唯一要素 —— 制造“情感依赖”
赢得大单心理准备 —— 信仰给你无穷智慧和力量

课程收获：

- 多动脑、少拼命，从士兵到将军的飞跃——“运筹帷幄”
- 信息战的核心武器 —— “五维组织”分析工具的掌握
- 让客户组织内和项目相关的所有人都成为透明人的方法
- “稳、准、狠” —— 从哪里下手切入客户组织内部
- 看清、摸透客户的决策标准，潜移默化地施加影响，赢得竞标的决战时刻
- 13年的《阿凡达》、3年的《让子弹飞》，让你和卡梅隆、姜文一样，掌握“模拟决策思维”的诀窍

课程纲要：

第一单元： 最大最好的客户是政府、是国企、是 500 强

- 和大客户打交道的思维流程
- 看清他们的规律，你才能出手
- “穷人”、“富人”到底差别在哪里

第二单元： 打大仗，你要先换武器

- 学会画客户的组织结构图（宏观）
- 从五个维度观察定义个人（微观）
- 切入的路径选择：行政圈？影响力圈？核心圈？
- 找到“狐狸”，认清派系，利用矛盾，赢得胜利

第三单元： 内功修为是赢得大单的基础

- 摆正你的位置，端正你的心态才能绝处逢生
- 客户把机会“赏”给谁？怎样做一个“内在光明的人”
- 模拟组织和组织中关键人的思维，你自己必须具备的能力
- 你在哪个层面和客户“神交”？销售的终级挑战
- “道法自然”你要学习的哲学和心理学

第四单元：永远不要相信天下会有“公平的招标”

- 所有的工作都要做在标书出来之前
- 影响标准要素的排序是竞争的关键点
- 软性指标硬化（标准的终级对决）

第五单元：守住大客户的核心策略

- 赢单以后，客户内部的变化应对之道
 - ◇ 各种人心态的变化
 - ◇ 各种人角色的变化
 - ◇ 采取的手段的变化
- “让客户产生情感依赖”的策略关键点（维护客户的核心）
 - ◇ 出现大事的时候我们该如何做
 - ◇ EOAC 模型教会你如何应对日常的客户要求
- 从中美对决的经验教训，学会如何对待你的敌人

培训对象：

具备五年以上销售经验的一线客户总监、经理、主管

- 与客户长期合作，需要深度了解客户需求的客户代表
- 销售团队的领导人

课程形式：

- 授课（30 人的面授）
- 实战案例分析
- 练习