

《大客户销售八大关键能力与管理》

(标准版：12课时)

【课程概述】

当前的市场环境下，行业客户和友商都在发生变化，而营销方法也随之发生变革，合作伙伴需要一套考核标准，让合作伙伴在实施订单的过程中既有方向，又能进行量化考核，即符合逻辑，又能最终落地，这就需要高效与科学的考核标准。本课程是基于业绩成长的考核标准，也是基于里程碑的考核，注重一个流程，而不是大而广。

【课程特色】

采用学习型组织分组模式，真实模拟打单整个过程，优秀的视频学习，让学员固化更快，案例分析与让学员开动思维，迅速感悟，工具的应用，让学员事半功倍，风趣干练的理念让学员学而不忘。

【授课方式】

课程以现场讲授、工具，流程的讲解与演示、实际案例互动分享，演示讨论、多媒体播放、游戏互动等为一体。通过多种形式的教学，使学员打开心门与讲师互动，让课程体现出有道、有料、有趣、有效的整体格局。重点强调：枯燥的工具在课程现场会呈现出人性化的生动启发，既保持工具流的整体系统性，又不失讲解的生动化。

【学员对象】

大客户销售经理与销售管理者

第一章：大客户管理的评估标准

一、责任贡献

- 1、客户关系建设能力
- 2、项目运作能力
- 3、战略及规划能力
- 4、交易管理能力

二、专业回馈

- 1、资源协调能力
- 2、客户沟通能力
- 3、竞争管理能力
- 4、危机管理能力

第二章：客户关系管理的能力

- 一、组织层面管理的能力
- 二、关键客户管理的能力
- 三、普遍客户管理的能力
- 四、客户关系的演进表与工具
- 五、客户关系考核的注意项

第三章、营销项目运作能力

- 一、项目运作的关键点

- 1、项目背景
 - 2、项目过程
 - 3、项目结论
- 二、项目运作的重点**
- 1、带领团队工作的组织、协调、作战管理能力。
 - 2、目标清晰、分工清晰、责权清晰的分解
 - 3、跟我上与给我上
 - 4、积极的团队氛围的建设

第四章、提升客户经理的客户建设能力

- 一、客户关系建设
 - 二、难点（关键）客户关系建设
 - 三、组织客户关系建设
 - 四、关键事件（亮点）的把控
 - 1、客户关系管理推进流程
 - 2、客户关系拓展方法与创新
- 案例分析：陪同出差、参观、家访、高层互访的客户关系建立

第五章、行业营销中的危机管理能力

- 一、危机事件带来影响的预判
- 二、危机处理的关键技巧
- 三、危机处理对团队管理的要求

第六章、项目过程的有效竞争管理

- 一、如何判定对手，有效制定竞争策略
- 二、内部关键信息员如何培养
- 三、社会资源对竞争对手的动态了解
- 四、对手出牌习惯与重大项目策略的分析

第七章、提升客户经理的客户沟通能力

- 一、客户真实需求的了解技巧
- 二、运用行业特点，说客户听得懂的语言
- 三、抓住客户的兴趣点爱好点进行沟通和交流
- 四、听懂客户的言外之意
- 五、摸清客户需求与背景，争取切中要点

第八章、整合内外部资源能力-资源协调

- 一、技术指导的协调
- 二、品牌宣传的交流
- 三、协调高层的拜访
- 四、专职咨询团队的协调

第九章、营销中交易管理能力

- 一、谈判前的策略准备
- 二、商务算法和术语的综合知识的储备
- 三、项目的付款时间、前后承诺与后期交付的综合考虑