

大客户开发与客户关系管理

课程收益：

- 了解大客户特性
- 学会客户信息收集与分析
- 掌握开发客户的 121 模式
- 熟练挖掘利用客户需求
- 掌握大客户竞争战略
- 掌握大客户竞争战略
- 掌握建立大客户护城河

课程对象：老板、CEO、营销部门负责人、大客户销售人员

课程时间：2 天（6 小时/天）

课程特色：

采用学员分组模式。实战型职业培训讲师，于风趣幽默，用通俗的语言传递实用方法，可让不同文化层次的学员轻松理解。方法、策略实操性强，善于在导入方法的基础上挖掘参与者智慧，最终将方法与企业实际结合，得出可直接落地生根的操作策略或方案。

课程大纲：

第一章 谁是大客户？

1. 客户价值金字塔
2. 客户分级
 - 1) 客户分级 4 大指标
 - 2) 客户采购特征
3. 大客户的三种类型和特征
4. 决定大客户采购的 5 个因素
5. 大客户拓展的 6 个关键步骤

第二章 如何收集与分析关键信息？

1. 收集信息有效方法
2. 开发客户的 121 模式
3. 客户采购组织分析
 - 1) 管理层级
 - 2) 成员角色
 - 3) 成员立场
 - 4) 成员性格
 - 5) 成员内部关系
4. 确定关键决策人
5. 确定关键需求
 - 1) 需求漏斗法

- 2) 需求三部曲
- 3) 客户不同角色不同关注点
- 4) 寻找没被满足或充分满足的需求
- 5) 需求分析蜘蛛网
6. 有效问问题法
 - 1)5W2H
 - 2) 2种提问方式、1种提问技巧
 - 3) SPIN 技术
7. 倾听技巧

第三章 采取何种竞争战略？

- 1、客户管理三大挑战
- 2、大客户分析应与策略应对
- 3、大客户竞争 4 大战略
- 4、影响采购转换 3 大因素

第四章 如何建立大客户关系

- 1、关系两大要素
- 2、客户关系发展 4 个阶段
 - 1) 信任的 3 个层次
 - 2) 个人利益与组织利益的平衡
- 3、建立客户关系 4 步走
 - 1) 如何获取客户信任
 - 2) 建立客户 68 档案
 - 3) 获取组织信任的方法
- 4、客户关系升级

第五章 如何建立护城河？

- 1、建立护城河的 3 个策略
 - 1) 技术策略
 - 2) 实力策略
 - 3) 流程策略