

《四两拨千斤》

—— 超级销售高层拜访（如何拜访客户高层）

主讲：罗火平

【课程背景】

任何人都知道，销售中有一个重要动作叫高层拜访。高层拜访销售活动中最核心的动作，甚至直接决定订单的得失、客户合作的成败。很多销售人员甚至销售管理者都没有意识高层拜访的重要性。“射人先射马，擒贼先擒”，从一个侧面反应了高层拜访的重性。

有些销售知道高层拜访的重要性，但大部分高层拜访是低效甚至无效的。拜访前缺乏策划、没有目标，拜访中没有控制、拜访后不知道评估。对客户高层“惟马首是瞻”。这样的高层拜访，可以说是流于形式。或与一般的客户拜访而没有区别，取得的效果也有限。真正的高层拜访，关注客户的战略、愿景，着眼于3-5年的未来，给客户描绘一幅美好未来的蓝图。

相关调查统计发现，未取得客户高层认可的项目，有60-70%概率会被翻盘。而90%的销售拜访高层是失败的。

假设，一个公司有50个销售人员，每个销售每年跟踪60个项目。这个公司一年总共有 $50 \times 60 \times 65\% = 1950$ 个项目被翻盘。细思极恐！

那么，有没有办法大幅减少项目被翻盘，有没有办法提高销售人员的高层拜访成功率，缩短销售周期呢，提高成单率呢？

有，答案就是高层拜访。

【课程收益】

- 学习一套可靠的高层拜访方法论，用于计划、执行及评估销售人员销售拜访
- 了解体系化的高层拜访准备计划，全方面做好高层拜访的准备工作。
- 建立结构化的沟通方法，使高层拜访过程变得可控
- 获得客户承诺的五大技巧，大大缩短销售周期
- 理解高层拜访的六化与六性，并运用于实战

【课程特色】

方法论与技巧并存：既是一套高层拜访方法论，也是一系列与高层沟通技巧的合集。

做模型与落地同行：课程中引用一些经典模型，模型可直接落地应用。

讲案例与口诀齐飞：结合丰富的实战案例，总结经验上升为方法论，并编成口诀，销售金句。金句频出。

引理论与工具共进：引用销售经典理论，编制相应的销售表单库，结合学员实际工作情况，形成销售工具集。

【课程对象】

面向行业：大项目销售、大客户销售、政企销售

销售特点：需要与客户进行面对面沟通的销售模式。

面向人员：销售总监、销售经理、客户经理、区域经理、

【课程时间】1天（6小时/天）

【课程大纲】

一：高层拜访的重要意义有哪些

1. 减少业务阻力
 - 建立高层友谊
 - 体现对客户的高度重视
2. 获得组织约定
 - 普通关系
 - 关键关系
 - 组织关系
3. 适时调整战略
 - 关键客户的发展战略影响自身战略
4. 做大项目价值
 - 岗位价值
 - 流程价值
 - 组织价值

二：高层拜访应准备什么

1. 确定拜访主题与目标
2. 客户基本信息准备
 - 客户公司做什么
 - 主营什么产品
 - 盈利模式是什么
 - 行业普通痛点是什么
 - 客户公司最大的管理痛点是什么
3. 客户业务目标、问题与痛点、需求准备
 - 战略目标与业务目标，
 - 需求排序
 - 潜在需求假设
 - 实现目标存在的问题、障碍与遇到的挑战
4. 客户高层个人特点、经营思路、精彩过往准备
 - 客户高层个人关键字图谱
 - 经营思路分析
 - 精彩过往：好汉要提当年勇
5. 拜访理由与约见准备
 - 为客户利益着想的理由
 - 向对接人和客户高层传递公司领导的商业能力与特点
6. 同行业成功案例准备
 - 成功案例包装五步法
 - 成功案例库准备
 - 成功案例挑选
7. 专业表象准备
 - 仪容仪表准备
 - 常用销售工具准备

三：和高层谈什么

1. 高层关注的六性
 - 战略性
 - 专家性
 - 未来性
 - 愿景性
 - 差异性
 - 标杆性
2. 高层沟通的六化
 - 简单化
 - 专注化
 - 数据化
 - 人情化
 - 干脆化
 - 人情化
3. 高层拜访的六步法技巧
 - 请教问题
 - 探询痛点
 - 展示资源
 - 共设目标
 - 实质推进
 - 约定路径

四：如何获得高层行动承诺

1. 共设目标
 - 目标四要素
2. 获得承诺
 - 承诺三标准
3. 控制风险
 - 风险控制三方法
4. 处理顾虑
 - 顾虑消除模型：五字口诀

五：高层拜访后如何跟进

1. 发送拜访纪要
 - 此次采购要实现的目标
 - 当前的情况及面临的问题
 - 需要什么资源才能解决问题
 - 下一步行动计划
2. 通报进度
 - 频度适宜
 - 精炼简洁
3. 重要节点正式汇报
 - 高层汇报材料怎么写