

# 《步步为赢、掌控关键点的的大客户销售策略》

## 以客户为中心的大客户销售技巧

主讲：周黎明

### 【课程背景】

客户价值的二八原则现象几乎成了市场中的铁律，对于企业来说，大客户的贡献率甚至超过总利润的 80%。因此，与大客户建立良好的客户关系，对企业的生存尤其重要；持续开发大客户终身价值，是企业取得成功的关键。但是，与大客户建立良好关系，对销售人员的综合素质技能的要求也非常高。销售人员寻找客户，并建立合作关系，需要一系列高效实用的策略和方法。然而，企业的销售常常遇到以下重难点问题：

- 1、大客户开发规划与拜访：如何规划与推进客户关系，布局大客户开发？  
如何有效完成大客户拜访，逐步建立信任关系？
- 2、大客户需求挖掘与价值传递：如何深度挖掘大客户需求，继而引导客户需求？  
如何通过价值塑造，有效进行价值传递？
- 3、大客户异议处理与谈判：如何完成异议处理及其谈判技巧？
- 4、大客户管理、维护与高层关系：如何加强大客户管理与客户关系维护？  
如何与高层打交道，建立高层关系，获取认同与支持？

本课程以解决问题为导向，旨在帮助学员深入研讨大客户销售的痛点难点问题，学习大客户销售的关键流程、步骤、工具与方法，从而真正帮助学员提升大客户销售的能力，成为销售精英。

### 【课程收益】

- 推动企业大客户销售模式升级，引入一套体系化的大客户销售思路、工具与方法；
- 优化解决大客户销售的难题，提升组织效能；
- 为企业培养优秀的大客户销售人员，完善销售人才结构，提升企业业绩；
- 学习和研讨 20 个以上国内外优秀企业的大客户销售实战案例，借鉴和转化成功经验；
- 收获 20 个以上可持续应用的大客户销售模型、工具、方法，从而实现销售人员自动转、销售业绩自动增。

### 【课程特色】

- 1、一线大客户销售与管理实战经验传授：老师有 20 多年的管理实战经验与管理咨询经验，积累了丰富的实战经验与实用案例；
- 2、立足企业真实情况：课程所用案例与场景大部分是老师在工作 20 多年中积累的国内外、大中小各种类型企业的实际案例，20 个以上案例新颖鲜活，符合学员实际工作场景，实战实用实效，有用能用好用；

3、成熟的知识体系：课程内容以销售为核心，涉及多方面职能，逻辑严谨，系统化体系化；20个以上的模型、工具、方法，思路新工具多方法多；

4、互动式、案例式教与学：通过讲授、练习、点评、讨论4维度教学方式，围绕大客户销售问题，全方位的案例分析与实战场景演练，让学员达到活学活用、现学现用的目的。

#### 【课程对象】

销售代表、销售顾问、业务代表、售前顾问、大客户经理、销售主管、销售经理，也包括销售总监、营销副总等

#### 【课程时间】

1天（6小时/天）

#### 【课程大纲】

##### 一、透视大客户销售

- 1、大客户销售的分类与特征
- 2、大客户采购的特点
- 3、大客户销售人员三大困惑？
- 4、大客户销售罗盘

案例：N科技公司如何借力C公司的比赛业务，拿下Z高校900万设备订单？

#### 第一部分 大客户开发规划与拜访

##### 一、大客户开发：如何规划与推进客户关系？（信任关系路线图）

- 1、如何规划客户关系？客户关系路线图
  - 2、如何持续推进客户关系？客户内部螺旋式关系递进图
  - 3、如何和客户聊天？客户信任渗透话题布局图
  - 4、寒暄话题“六同”攻略：先求同再求异
  - 5、核心话题“七心计”，从“攻城”到“攻心”
  - 6、销售人员行为切换导航图
- 销售过程中3大行为组合
  - 基于客户特性的3大行为导航
  - 基于客户沟通3大信号灯的3大行为切换
  - 基于客户3大需求点的3大行为切换

案例：销售张三丰的开发客户路线图

案例：客户内部螺旋式关系递进图

小组讨论：如何7天内约见顶级富豪？

小组练习：找出客户的不同心理状态

小组练习：找出客户的不同信号灯与对应的行为

案例：为什么这个项目被“横刀夺爱”？

小组练习：找出客户的不同需求点与对应的行为

## 二、大客户拜访：如何拜访大客户，进而建立信任？

1、销售高手的大客户拜访

- 如何通过前台，抓取客户信息？
- 问题的准备与提出

问答题：如何“观人、察物”判断客户？

案例：销售永远是第一责任人

2、销售拜访前 4 个周密准备

3、投其所好：如何与客户建立信任感？

4、赢取客户信任的 7 个习惯

案例：大客户销售经理的“武器库”

小组练习：不同年龄段的兴趣偏好与话题

## 第二部分 大客户需求挖掘与价值传播

### 三、大客户需求：先挖掘，再引导大客户需求

1、不了解需求，销售带来 4 个最糟糕表现

2、听和问是探明客户需求的 2 大法宝

案例：封闭性与开放性问题

3、最简单又快速的锁定潜在客户的法则：MAN 法则

小组练习：“MAN”完善与修补策略

4、激发潜在需求的武器：SPIN 法则

案例：如何通过 SPIN 法则销售 3D 打印机设备？

案例：卖药品的销售如何把鞋卖出去？

小组练习：根据企业实际情况做 SPIN 提问练习

### 四、大客户价值：产品价值塑造和价值营销

1、价值营销的成交公式

- 如何做价值包装，实现品牌溢价？
- 价值塑造的 5 种秘密武器

2、最简单实用的产品营销表达方式：FABE

- 为什么不是 FABE, 而是 BEFA 或 EBFA

3、“多维呈现”价值

- 利用“多维呈现”展现产品价值
- 解决方案也要“多维呈现”

案例：施耐德电气如何优化地铁控制系统解决方案，提高中标率？

案例：美国 500 强 ITW 食品设备的 FABE

案例：华为大客户销售 3 板斧

小组练习：按企业实际情况，做产品 FABE 利益陈述

### 第三部分 大客户异议处理与谈判

#### 五、大客户异议：如何完成异议处理及其谈判技巧？

- 1、客户异议的 3 大分类
- 2、异议处理流程
- 3、针对抵触型异议的破门入室法
- 4、针对顾虑型异议的画框转移法
- 5、针对要求型异议的谈判博弈法

案例：客户说“你们产品太贵了”，3 种不同的回答

案例：破门入室 7 星剑

小组讨论：找出销售分别用了哪些方法处理客户接触型异议？

小组讨论：这 4 个情境，分别是哪种转移法？

小组讨论：销售人员分别采用了哪种谋略？

### 第四部分 大客户管理、维护与高层关系

#### 六、大客户管理：如何加强大客户管理与客户关系维护？

- 1、大客户如何分类分级管理？

案例：Y 科技公司的代理商为什么被竞争对手撬走？

小组练习：梳理自己的 ABC 客户

- 2、客户关系发展立方图

- 建立立体的客户关系网
- 客户关系倒退或断裂的 3 大原因
- 客户关系维护的 4 大壁垒与 3 大深度挖掘
- 服务深度 9 阴真经
- 客户关系发展的广度拓展

案例：连续丢 3 个重要客户

- 3、互联网环境下的大客户维护

- 互联网，让客户关系更加微妙
- 学会微信聊天礼仪，你会更受欢迎

案例：经典的 4 问和 4 答

#### 七、大客户高层：向大客户高层销售，与决策者有效打交道

- 1、为什么销售人员与高层打交道很难？

小组讨论：客户高层的特点有哪些？

## 2、与客户高层打交道的 6 个原则

### 3、策划与客户高层打交道

- 与客户高层打交道的策略
- 与客户高层接洽的 4 条路径
- 如何有效地进行第一次面谈？

案例讨论：如何利用自身优势？

案例：如何把产品推广与高层的工作职责及考核指标结合起来

### 4、如何与客户高层接触？

- 与客户高层第一次接触的四种方式
- 结构化电话沟通话术
- 结构化邮件或微信沟通话术

小组练习：第一次给客户高层打电话成功率提高 3-5 倍的销售话术

小组讨论：客户高层的下属不愿意引荐，也没有熟人介绍，怎么办？

### 5、如何有效地进行第一次面谈？

- 第一次面谈流程
- 第一次面谈客户高层心理变化

小组练习：第一次面谈具体目标设定与分析

### 6、如何与客户高层建立关系？

- 建立关系中常见的问题
- 建立关系的方法与要点

小组讨论：与高层保持关系的框架性指引

## 八、大客户销售的自身修炼：成为一名灵魂有香气的大客户经理

### 1、大客户销售的六脉神剑

### 2、大客户销售的自我修炼

- 大客户销售普遍具备的素质：优秀销售人员的 5F 模型
- 从销售新人到销售高手的晋级流程
- 看到未来的自己：TOP SALES 的 5 种特质

案例：客户要退货，你准备好帮助客户解决问题了吗？

案例：公司产品质量出现问题，你看懂了什么？