

大客户营销实战特训营

——营销不是卖产品而是满足客户需求

一、 营销理念篇

1、 对营销理解

- 1) 什么是营销？
- 2) 销售与营销区别？
- 3) 营销特点？

2、 对客户理解

- 1) 客户分类
- 2) 客户购买动机

3、 对市场理解

- 1) 采购观：从信任人手里买东西
- 2) 销售形式：理性与感性结合
- 3) 销售目的：从卖出去到满足需求转变

4、 对营销人员要求

- 1) 知识面要宽，知识层次要深
- 2) 高水平人际沟通技巧
- 3) 正确的态度

二、 营销人员职业化篇

1、 你的形象就是第一印象

2、 系统思维彰显专业形象

3、口碑皆市场

- 1) 不抱怨公司及产品
- 2) 不诋毁同行

4、营销人员礼仪训练

- 1) 见面礼仪
- 2) 电梯礼仪
- 3) 酒桌礼仪

5、营销人员核心价值——创造结果

- 1) 什么是结果？
- 2) 为什么做结果？
- 3) 做结果 3223 法则
- 4) 结果保障 5 步系统

三、营销步骤篇

1、 客户分析与资料准备

- 1) 客户需求分析
- 2) 客户行业背景分析
- 3) 客户购买角色分析
- 4) 竞品分析

2、 客户信任度建立

- 1) 客户获取信任三种途径

2) 获得客户信任讲三头

3) 获得客户信任要素

3、 客户需求挖掘

1) 客户需求来源：痛点、盲点、痒点

2) 客户需求挖掘：问、听、看

3) 可会需求层次划分：需要、想要

4) 问话、倾听技巧

5) 专业问话四大问题：背景、探究、暗示、解决

4、 产品卖点解析

1) 总分总方式

2) FAB 利益转化式

3) 卖点对应客户需求

5、 客户异议解决

1) 客户异议步骤

2) 客户异议处理策略

6、 客户促成

1) 利益汇总法

2) 限制成交法

3) 第三者促成法

4) 假设成交法

5) 7YES 成交法

四、 营销实战技能篇

1、成功销售模型

信任、价格、价值、需求、体验

2、 营销过程中四个关键人

- 1) 教练
- 2) 使用者
- 3) 技术把关者
- 4) 决策者

3、 客户不同类型及针对策略

- 1) 力量型 (虎)
- 2) 分析型 (猫头鹰)
- 3) 和平型 (考拉)
- 4) 活泼型 (孔雀)

4、 客户问话次序技术

- 1) 说
- 2) 听
- 3) 问

五、客户服务篇

1、客户服务理解

- 1) 客户服务谁来做？什么时候做？
- 2) 好的服务价值体现
- 3) 差的服务结果体现
- 4) 服务铁律标准

5) 服务层次体现

2、客户服务流程

1) 积极态度应对客户

2) 识别客户真正需求

3) 满足客户关键（需要）需求

4) 让客户成为永久回头客

3、客户关系管理

1) 处理好客户关系 10 大法宝

2) 如何使用——小恩小惠

3) 如何处理客户投诉及抱怨