

---

# 大客户销售技巧

主讲：林安

## 课程背景：

企业须将 80%的优质资源聚焦 20%的优质大客户，以保证企业的战略达成，针对大客户的销售技巧对企业就显得格外重要。

企业虽然行业不同，但针对大客户销售的基本能力要求与技巧是基本一致的。

针对目前企业在大客户销售中出现的主要问题以及欠缺的共性能力，我们开发了这门课程，对企业有很好的参考价值。

## 课程收益：

- 1、 企业收益：提升针对大客户的成交率。
- 2、 学员收益：掌握大客户销售的关键技巧。
- 3、 **学员对象**：各级管理者、营销人员

## 授课方式：

学员分组（方便讨论交流）；

授课（60%）+案例（10%）+讨论（30%）

## 授课天数：

2天（每天6小时）。

## 课程大纲

### 一、 锁定大客户

1. 客户分类的框架逻辑
2. 大客户的特点
3. 与客户的战略匹配度
4. 锁定你的大客户
5. 讨论：你如何定义大客户？有哪些疑惑？

### 二、 大客户销售技巧

1. 大客户销售的基础
  - 1) 规范的市场洞察

- 
- 2) 充分了解并理解你的大客户
  - 3) 充分了解大客户的企业文化及关键客户的人文习惯
  - 4) 大客户沟通与拜访的关键点
  - 5) 宣讲应注意的问题
  - 6) 优质资源聚焦大客户
  - 7) 怀揣同理心，倾听大客户的声音
  - 8) 讨论：

前期你的大客户拓展是否留意了以上内容？出现了哪些问题？如何改进？  
如何让你的想法更有吸引力？

- 9) 让你的想法更有吸引力

## 2. 拓展并管理大客户的客户关系

- 1) 大客户关系模型
- 2) 关键客户关系
- 3) 普遍客户关系
- 4) 组织客户关系
- 5) 案例：华为的大客户关系拓展与管理
- 6) 讨论：为何将大客户关系分类拓展并管理？

## 3. 管理大客户的价值主张

- 1) 价值主张的内涵
- 2) 理解大客户之间的竞争给其造成的痛点
- 3) 系统、全面、准确地了解客户的价值主张
- 4) 设计实现价值主张的解决方案及应注意的关键问题
- 5) 设置战略控制点，增强合作粘性
- 6) 实现客户的价值主张
- 7) 管理大客户价值主张需注意的问题
- 8) 案例：华为的大客户价值主张管理
- 9) 讨论：你在管理大客户价值主张中遇到哪些问题、挑战？应该如何解决？

## 4. 根据大客户的价值主张建能力

- 1) 了解本企业的核心竞争力
- 2) 系统分析同业之间的竞争

- 
- 3) 分析生态环境
  - 4) 根据价值主张、竞争要求、生态环境，明确需要哪些销售能力及其他综合能力
  - 5) 将能力建在价值链上
5. 处理与大客户的冲突技巧
- 1) 冲突的内涵
  - 2) 倾听客户的反对声音
  - 3) 只解释不辩解，由客户下结论
  - 4) HOT 模型
  - 5) 讨论：找出前期你在拓展大客户过程中与大客户最大的冲突，你是如何处理的？结合以上内容，对你有何启发？

### 三、 总结

### 四、 对话与交流

\*\*\*\*\*The

**END**\*\*\*\*\*

说明：该课纲仅展现了大客户销售的关键技巧内容，结合以往销售的经验积累，针对典型问题做了罗列，具体内容有待与企业沟通后再做定制！