

政企客户营销实战

有效营销政企市场，不但需要平时专业知识的有效储备，更需要现场娴熟的营销技巧支撑，比如：

如何有效沟通发现客户潜在需求？

如何结合客观实际讲解产品优势？

如何把握关键时机及时促成成交？

因此，在营销现场如何有效把握客户，以最具个性化、最具利益优势的解决方案，高效地营销客户，是政企客户市场营销最迫切需要的提升的技能。

在《政企客户营销实战》中，我们将结合大量实战案例,通过学习探讨和现场的实战辅导，帮助客户经理掌握在当前市场竞争下，开拓政企客户的关键方法和话术技巧，并协助形成实战技能，在实战营销中锻炼提高。

课程结构：

- 1、 技能方法：营销方法、工具学习、营销话术研讨（1-2天）**
 - 2、 实战准备：营销实景模拟通关（0.5-1天）**
 - 3、 陪同辅导：实战打单、大单促成、陪同拜访及现场辅导（3-5天）**
- 复盘及问题解决：总结实战经验，解决实战问题（0.5天）

课程大纲

导言 政企营销从有效拜访开始

- 1、 同质化的竞争
- 2、 营销过程是差异化优势的核心
- 3、 有效营销的过程管理-五定

一、 有效拜访-定目标

- 1、 区域市场的营销目标选择
 - a) 头部、标杆、复制策略的考量
 - b) 重点营销的项目计划管理思路
- 2、 重点营销目标的信息收集
 - a) 营销目标信息搜集的内容
 - b) 营销目标信息搜集的方法
- 3、 重点营销目标的需求分析
 - a) 需求分析的基本方法：案例
 - b) 需求分析的五个维度：案例

二、 有效拜访-定对象

- 1、 有效拜访的基础：找对人
- 2、 案例：四种客户决策关键人
- 3、 关键人对象拜访选择的基本判断
- 4、 拜访对象的预约技巧：话术示例
- 5、 关键人的关系经营：案例及技巧方法

三、 有效拜访-定问题

- 1、 有效拜访的关键：说对话

2、 案例：目的不同，问题不同

3、 拜访问题探讨：

a) 需求探询要谈的痛点问题

b) 需求确认要谈的利益问题

c) 呈现产品要谈的价值问题

d) 引导决策要谈的迫切问题

4、 模拟练习：电信拜访目标、对象的拜访问题

四、 有效拜访-定话术

1、 好感氛围的话术：示例

2、 拉近关系的话术：示例

3、 消除异议的话术：示例

4、 促成要约的话术：示例

5、 模拟练习：场景话术模拟

五、 有效拜访-定分工

1、 招呼进入、介绍引见、座次引导、话题引入、主谈控场、记录辅助的安排

2、 模拟练习：场景话术模拟

工具练习 有效拜访模拟计划