

抢单先擒王-搞定客户高层决策人实战攻略

课程背景

培训市场上关于销售技巧、公关策略、商务礼仪方面的培训课程和培训师已经非常多，但是我们经常看到的现象是：学了这些课程后，令很多销售人员最苦恼的事情莫过于接触一个客户很长时间了，就是约不到客户的部门或者企业高层，客户高层决策人的关系依然无法突破，高层关系的开拓还是步步维艰，最后销售人员只能拿下中低层客户关系，不能真正把握高层客户。但是在实际的项目营销过程中，大项目的真实意图、需求以及最后的决策往往是高层，而不是基层的一般人员，大项目的进入和成功还是要倚重于高层关系，高层接触不上，客户就对你的产品、解决方案或者优势不是真正的了解，时间一长，这个项目有可能就推动不下去了，项目的真实意图了解不了，客户的决策过程不是很清楚，项目就越来越失控，结果周期变长了，对手乘虚而入，最后有可能丢掉这个项目。结果是做不下来的客户依然做不下来、拿不下来的大项目依然拿不下来，造成最终的签单量少，资源投入大，与业绩产出不匹配。

为什么销售人员无法搞定高层决策人呢？原因如下：

1. 销售人员与高层决策人打交道的基本方法把握不清晰，不能总结、归纳出高层销售全流程中每个阶段客户高层决策人的关注点，缺乏必备的素质和技能。
2. 销售人员搞定客户高层决策人的积极心态，有畏惧心理，缺乏更多的毅力和耐心。
3. 销售人员对客户高层公关、维系缺乏统筹规划和有效长效的机制，缺乏客户高层公关体系化的运作。
4. 公司缺乏从组织层面如何推动、激励和管理销售人员对高层决策人公关活动的制度流程。
5. 高层客户关系维系没有承接，每换一拨销售，都得重新建立客户关系，销售团队不能沉淀好的公关经验和建设稳定的客户高层关系。

课程目标

课程对销售人员如何搞定客户高层决策人进行技巧培训，使销售团队首先掌握客户高层决策人成功销售的方法论，提升销售人员搞定高层决策人的技巧，帮助学员掌握与客户组织中的高层决策人建立可信度的方法，在实际销售工作中更加有效地缩短销售周期和把握重要业务机会，最终实现公司的收入和利润的增长，最终帮助企业快速提升整个销售团队的高层客户公关力量。

课程对象

公司高层、销售团队管理者、销售人员

课程时间

2天

课程方式

授课 40% (互动引导) +小组练习 20%+现场模拟演练 40%

课程大纲

思考：客户高层决策人的重要性

思考：为什么销售人员与客户高层打交道很难？

案例：一个让销售人员的烦恼的

反思：企业在高层客户决策人沟通中面临的现状

- 依靠老板的个人关系和牛人的人脉资源
- 无法形成有效的客户开发规律，靠天吃饭
- 企业的高层公关无法突破

- 无法做深做实、长期维系客户关系
- 资深老销售的离职带走客户关系，流失市场资源、给企业带来隐患

第一部分 搞定客户高层决策人的基础

一、什么是客户高层决策人

二、客户高层决策人的特点

三、客户高层做决定的思考模式分析（如何把握高层客户决策人的心态）

1. 长期在位的高管关注重点
2. 新晋升高层关注重点
3. 即将退位的高层的关注重点

四、与客户高层沟通的原则

1. 做人的维度
2. 做事的维度——业务
3. 做事的维度——价值

五、高层喜欢和什么样的人打交道

1. 有备而来
2. 了解客户高层决策人的价值取向
3. 了解组织战略和愿景
4. 熟知高层文化
5. 洞悉诉求、通晓术语

6. 关注政经热点
7. 不卑不亢、待人真诚、做事专业
8. 敢于说“不知道”

思考：销售人员的在与高层决策人沟通过程中常见问题

六、如何找到客户高层决策人

讨论：找到客户高层决策人的方法？

1. 接触客户高层决策人的四种方式

第二部分 与客户高层决策人沟通前的准备

思考：与客户高层决策人的准备功课有哪些内容？

一、 做好客户高层决策人沟通的思想准备

讨论：如何破除与客户高层决策人的胆怯和恐惧心理？

七、做好与高层客户决策人对等的谈话能力准备

1. 赞美
2. 寒暄

八、项目信息准备

1. 客户内部决策链信息
2. 项目信息
3. 竞争对手的信息
4. 客户高层决策人的个人资料信息

九、制定高层决策人沟通行动方案

1. 方案营销：好的方案是基础

2. 公司约谈：客场才是技术渗透良机
3. 样板客户考察：实证打消疑虑
4. 引荐上级：决定性铺垫
5. 第三方推动：“牛人”见证
6. 论证会：机会只有一次
7. 总部考察：临门一脚的射术

第三部分 与客户高层决策人有效地进行第一次面谈

思考：第一次面谈客户高层决策人有哪些担忧？

一、 第一次面谈的目标

二、 如何进行第一次面谈

1. 开场的谈吐和内容如何引起高层客户的重视？

思考：如何有效利用公司样册？

6. 如何了解关键人物的核心需求？

思考：客户高层决策人的“超级”需求

7. 为客户提供价值优化和提升的平台的价值

8. 出现异议怎么处置？

思考：要求降价时如何应对？

思考：客户的暗示如何处理？

9. 与客户高层“谈判”策略

十、 第一次面谈注意事项

十一、 第一次面谈策划表

演练：第一次面谈情景模拟

第四部分 如何与客户高层决策人建立关系

一、 建立高层关系中常见的问题

二、 建立高层关系的方法

思考：高层饭局怎么吃？酒局怎么喝？牌局怎么玩？

十二、建立高层关系的要点

十三、影响高层决策人的方法——层级营销要点

高层营销的两个执行原则：要做下楼式营销，要符合双螺旋法则

1. 建立内线

2. 做好中层突破

3. 小人物能办大事

4. 发挥团队的力量

第五部分 如何与客户高层决策人保持关系

思考：为什么保持关系很重要？

一、 保持关系要点

二、 保持关系指引

三、 需要了解的有关心理学知识

第六部分 如何与不同性格客户高层决策人打交道——客户性格象限图分析法

一、 典型控制型客户的情感特征、工作特点、社交特点与采购决策特点
分析

思考：怎样与典型的控制型客户打交道？

十四、典型分析型客户的情感特征、工作特点、社交特点与采购决策特点分析

思考：怎样与典型的分析型客户打交道？

十五、典型开拓型客户的情感特征、工作特点、社交特点与采购决策特点分析

思考：怎样与典型的开拓型客户打交道？

十六、典型促进型客户的情感特征、工作特点、社交特点与采购决策特点分析

思考：怎样与典型的促进型客户打交道？

(全文完)