

大客户销售技巧与关键点控制

→课程背景

企业销售的业绩来自于销售人员。而销售人员的业绩徘徊不前，80%的原因是因为心态和专业技能的缺乏而导致的。客户的忠诚度决定了其业绩的稳定性，而销售人员的工作满意度和专业度又影响到客户的满意度。要想取得好的销售业绩，销售人员必须学会，如何在总结经验的同时，以空杯心态来打破旧有的思维模式，保持旺盛的工作状态，同时不断的提升自己在大客户的寻找，开发，签单和维护方面的专业技能。

本课程的重点在于，让销售人员认识到，固有的思维模式对高速提升销售业绩是不利的。同时本课程还将帮助销售人员开拓思维，树立起良好的心态，整理销售经验和方法，指导未来的销售工作，提高自己的销售业绩。

→课程收益

- ◆ 打破旧有思维模式，迅速提升业绩
- ◆ 充分掌握大客户的采购决策行为
- ◆ 锁定大客户的需求
- ◆ 掌握大客户销售方法，并逐步更新自身的销售观念
- ◆ 掌握技巧，用于实践，通过大客户销售方法，快速提升销售业绩

→课程安排

- ◆ 适合对象：销售人员，销售主管，营销主管，服务人员，售前人员，总经理等
- ◆ 最佳授课时间：2—3天
- ◆ 最佳授课方式：小班分组研讨

→授课结构



→第一部分 机构大客户与顾问式销售

1、 行业机构客户的特点

- 大客户 – 中国企业的机遇
- 大客户采购 – 企业长久稳定的收益
- 机构大客户的群体特性
- 机构大客户的采购特性
- 机构大客户的决策关系
- 机构大客户的需求特性
- 决策变局 – 中国大客户市场的机遇与挑战
 - 【内容聚焦】：通过案例分析，帮助销售人员了解机构大客户的特点，了解大客户的采购特性以及决策关系
 - 【授课实践】：导师开场，案例分析，小组讨论，导师点评，导师总结

2、 顾问式价值营销特点

- 产品式销售 VS 顾问式销售
- 四种心态 VS 四种命运
- 大客户销售的工作重点
- 大客户销售人员成功的五项修炼
 - 【内容聚焦】：通过视频展示，帮助销售人员明晰，只有顾问式价值营销，才是真正有效的大客户营销方法
 - 【授课实践】：视频案例展示，小组讨论，案例分析，导师点评，导师总结

3、 关系营销 – 中国特有的地缘特质

- 中国文化特质的独特性
- 大客户采购行为的独特性
- 中国客户的公私观念
- 中国客户的为人处事
- 中国客户的沟通习惯
- 中国客户的思维方式

- 中国客户的应变能力
- 中国客户对制度态度
 - 【内容聚焦】：中国文化博大精深，西方销售方法需要改良，才能适应中国的客户环境。导师通过各种案例展示，帮助学员掌握在中国特点环境中，应对机构大客户的销售方法
 - 【授课实践】：导师讲授，案例展示，问题讨论，导师总结

→第二部分 机构大客户的需求挖掘与顾问式营销策略

4、 机构大客户需求挖掘与决策关系

- 选择市场定位与策略
- 马斯洛需求归类方法
- 需求预测方法
- 组织需求 VS 个人需求
- 组织层级需求分析
- 岗位层级需求分析
- 业务需求分析方法
 - 【内容聚焦】：根据经典需求分类方法与组织机构需求表，帮助销售人员掌握企业需求，决策人需求，私人需求等分类方法以及有效突破策略
 - 【授课实践】：导师讲授，需求工具表格展示，案例分析，现场练习，导师点评，导师总结

5、 客户需求与有效推进

- 迅速推进策略 VS 逐步推进策略
- 自上而下策略 VS 自下而上策略
- 包围中心策略 VS 重点突破策略
- 集体影响策略 VS 关键人策略
 - 【内容聚焦】：通过案例展示，帮助销售了解大客户的经典突破策略
 - 【授课实践】：导师讲授，案例展示，小组讨论，案例分析，导师总结

→第三部分 大客户销售流程与关键点控制

6、 大客户潜在阶段关键点控制

- 市场定位与大客户特征分析
- 理想的客户形式
- 发现潜在客户
- 大客户背景调查
- 客户关键人物角色分析
- 客户个性识别
- 带着价值约见客户
- 注意第一印象
- 识别客户情绪
- 善用社交礼物
- 拜访沟通技巧
- 重点信息收集
- 拜访后总结
 - **【内容聚焦】**：根据大客户经典四段式模型，帮助学员掌握在潜在阶段推进客户关系的关键动作
 - **【授课实践】**：导师讲授，大客户四段式模型展示，潜在阶段案例分析，经典话术展示，现场练习，情景模拟，导师点评，导师总结

7、 大客户意向阶段关键点控制

- 销售机会评估
- 加强客户关系
- 需求动力模型
- 发掘客户痛点
- 发掘客户利益点
- 调研技巧
- 方案演示技巧
- 典型客户参观流程技巧
- 公司参观技巧
 - **【内容聚焦】**：通过案例和情景练习，让销售人员掌握推进客户关系进入下

一阶段的关键动作

- 【授课实践】：导师讲授，机会评估模型展示，案例分析，现场练习，导师点评，导师总结

8、大客户方案阶段关键点控制

- 竞争对手分析与竞争力评估
- 硬性指标比较
- 软性指标比较
- 采购引导
- 招投标流程
- 【内容聚焦】：通过工具表格与量化分析，帮助销售人员掌握数字化竞争力分析工具，同时让销售人员能够有效屏蔽竞争对手，最终推进客户关系进入最后阶段
- 【授课实践】：导师讲授，竞争力表格展示，屏蔽对手方案分析，引导性话术展示，案例分析，现场演练，导师点评，导师总结

9、大客户谈判成交阶段关键点控制

- 谈判的八条锦囊妙计
- 摸底核心策略
- 要价核心策略
- 成交核心策略
- 项目投标准备
- 报价与联合投标技巧
- 项目投标现场管理
- 【内容聚焦】：通过经典谈判和推进案例，帮助销售人员掌握关键的销售谈判技巧，帮助企业获得最大化的订单利益
- 【授课实践】：导师讲授，谈判案例分析，现场练习，导师点评，导师总结

→第四部分 行业机构客户关系维系与深度开发

10、行业客户关系锁定与深度开发

- 客户更换难度策略

- 持续新业务更替策略
- 竞争对手屏蔽技巧
- 客户营销渠道建立
- 持续跟进服务策略
 - **【内容聚焦】**：根据大客户关系维护模型，帮助学员掌握客户关系锁定和长期维护的技巧和方法
 - **【授课实践】**：导师讲授，关系维护模型展示，案例分析，学员提问，导师点评，导师总结