

# 大客户精准营销（电信版）

## 课程背景：

随着电信行业竞争的越来越激烈，营销已经成为每个电信从业人所必须了解和熟悉的技能了，此课程专门为电信行业的管理者定制，目的是使我们的管理者从根本上了解什么是大客户营销，什么是大客户精准营销，从情报收集及分析、如何接近客户，如何提供专业方案和如何谈判及维护客情，并对这个四个方面进行详细讲解，从而使我们的管理者在思想上有所认识，在技能上有所提高。本课程的特点是完全致力于实战，以切实可行的具体操作，教会管理者在大客户精准营销中如何与客户建立关系，如何取得客户信任，如何实现关系的捆绑。真正把西方销售理论的精髓与中国的特殊国情结合起来。实用、落地、给思路、给方法是本课程的四大特点。实用的课程，完善的体系，核心的思路，适合的方法能够行长的大客户精准营销从此走上一个正确的道路。大客户精准营销培训不难，难得是找到适合的符合规律的方法。

## 课程目标：

- 1、从根本上理解大客户精准营销的概念和内涵
- 2、对大客户精准营销流程有一个清晰的认识
- 3、增强人际沟通技能，从根本上提高人脉的建立能力
- 4、掌握大客户精准营销的手段及方法
- 5、学习专业的重点客户营销技巧
- 6、重点客户谈判策略与经验分享
- 7、学习如何和客户建立长期的合作伙伴关系

**课程时长：**2天，每天6学时。

**课程对象：**电信行业的销售团队、管理者

## 课程大纲：

### 第一章 从专业角度来看大客户精准营销

- 1、了解三位一体的市场营销轴
  - (1) 营销体系 一对多 快消品
  - (2) 销售体系 一对一 工业品
  - (3) 服务体系 多对一 运营商

(4) 寻找自己产品的市场定位，从而找出适合的营销方案

## 2、大客户精准营销的特点

- (1) 周期长
- (2) 需求特别
- (3) 竞争激烈

## 3、一般大客户精准营销培训的重点

- (1) 行业知识
- (2) 产品知识
- (3) 竞品知识

## 4、大客户精准营销没有效果的主要原因

- (1) 从 IBM 中国大客户销售的失败说起
- (2) 中国特色的大客户营销需要中国特色的方法
- (3) 以往大客户营销只重视了行业、产品和竞品知识

## 5、从本质及规律上重新认识大客户营销

- (1) 中国特色的大客户销售是需要先成朋友，再谈客户
- (2) 客户拿你当朋友，而不是你拿客户当朋友

## 6、大客户销售的流程

## **第二章 电信重点客户情报线索的收集与分析**

- 1、从大庆油田的情报战来看情报收集的重要性
- 2、情报收集的渠道：媒体网络、组织网络、人际网络等
- 3、情报分析的方法：定性分析和定量分析
- 4、通过情报分析进行相关的准备

## **第三章 如何接近大客户**

### 一、接近客户所需要具备的知识

- 1、产品技术知识：数据、性能、市场
- 2、竞品技术知识：比较、趋势、市场
- 3、客户心理知识：偏好、感觉、认知
- 4、营销流程知识：特优利、关系、售后

## 二、灵活的异议处理

- 1、常见棘手问题的经验
- 2、常见商务往来的经验
- 3、常见矛盾处理的经验
- 4、常见客户要求的经验

## 三、核心的人际关系

- 1、大客户销售流程中人际关系的重要作用
  - (1) 人际关系的本质
  - (2) 人际关系交往的实质
  - (3) 人际关系交往的规律
- 2、销售的本质为交换信息
  - (1) 交换公开、半公开和隐私信息
- 3、交换信息的内容和标准
  - (1) 如何交换公开信息
  - (2) 如何交换半公开信息
  - (3) 如何交换隐私信息

## **第四章 如何建立稳定的人际关系以及如何进行相应的培训**

### 一、大客户营销成功以及失败的研究

- 1、成功的案例各有各的方法，其中赢得客户信任是重要的步骤
- 2、失败的案例大多因为一条：还没有赢得客户信任就尽心销售
- 3、如何赢得客户信任？什么样的情况下才能叫做赢得了客户的信任？

### 二、赢得客户信任的关键？

- 1、信任是可以量化的
  - (1) 量化的依据
  - (2) 量化的标准
  - (3) 量化的实质
- 2、量化是通过交换信息来实现的
  - (1) 交换信息需要量化
  - (2) 量化指标如何确定

### 三、交换信息中需要注意的事项？

- 1、注意区分公开信息、半公开信息以及隐私信息
- 2、各信息的交换规律
- 3、交换隐私信息时需要的 7 大叶子信息

## **第五章 为客户设计有效的电信解决方案**

- 1、电信解决方案的实质
- 2、电信解决方案需要注意的事项
- 3、电信解决方案的三大要点

## **第六章 谈判策略**

- 1、谈判前的准备工作
- 2、内部谈判流程及外部谈判流程
- 3、谈判对手的对应之策
- 4、障碍问题的对应策略

## **第七章 客户关系维护**

- 1、案例——客户关系维护的实质
- 2、客户关系维护的重要性
- 3、CRM 对客户精准营销的作用
- 4、从客户关系到客户关怀
- 5、如何从合作伙伴成为朋友