

# 大客户经理综合营销技巧

主讲：肖大烈

## 课程介绍

本培训课程是专门针对大客户营销开发，旨在帮助他（她）们更深刻地理解大客户服务营销工作的实质，尤其是帮助他们从实际操作的层面上提升大客户销售能力和服务沟通技巧。本课程的内容基于大量的实地调研、电话访谈、抽样测评工作，并在收集、整理了大客户实战案例的基础上，精心研究开发出来的一套实战课程。

本课程阐述了成功的客户经理应具备的基础素质，强调了成功的销售是基于优秀销售人员的专业素质和以价值为核心的客户关系基础，避免一般营销人员的通病——把激烈的竞争简单地归结到“价格”或“关系”方面，指导大客户经理从组织的层面去和客户建立长久的互信互利的关系、在新赢得的客户和原有的老客户中建立忠诚度，从而为不断出现的新商机奠定持久的竞争力！

本课程内容涵盖了大客户经理正常工作所必须的基本知识和技能，比如市场营销通则、平时对大客户的基本分析、客户对业务和产品的不同层次的需求、客户沟通基本要领、客户所处行业知识的跟踪、销售流程如何配合客户的采购流程、顾问式销售基本概念（FAB+SPIN模型）、以客户为中心的双赢谈判技巧、客户关系建立、维护和看管的策略技巧。

## 课程特色

- 突出实战经验传授，体验式互动学习
- “1to1”个案辅导咨询授课模式创新
- “1+N”小组协同学习，建立学习型团队
- 经典案例深度剖析，培训现场华山论剑

**培训对象：**大客户经理（35-40人左右）

**培训用时：**共计12小时，为期2天

**培训提纲：**



## 大客户经理综合营销技巧

### 导论：大客户销售人员所需的素质

#### n 本章学习目标

- 1、市场营销通则
- 2、树立正确认识：销售的函数概念
- 3、构成专业化的元素
- 4、描述大客户经理的销售重点

#### n 本章重要概念

放大竞争和干扰战术  
销售“五禽戏”

**破冰：确立游戏规则**

**练习：您卖什么？**

### 一、大客户销售的基本流程

#### n 本章学习目标

- 1、理解传统销售与顾问式销售的差别
- 2、对销售理解的变化
- 3、销售的七步骤

#### n 本章重要概念

销售技能模型  
销售成功的要素  
销售能力四台阶

**练习：换位思考**

**案例分析：销售行为与购买行为的差别**

### 二、市场因素的方向盘

#### n 本章学习目标

- 1、学会分析客户的采购心路历程---客户手中的方向盘；
- 2、学会认清客户采购八个阶段的典型特点；
- 3、掌握影响客户决策的最佳渠道和时机。

#### n 本章重要概念

购买驱动因素  
影响力来源  
动机分析  
决策流程分解  
影响决策的内部因素  
影响决策的外部因素  
三类客户关系  
三类销售

**案例分析：大客户销售的特殊性**

### 三、大客户需求分析

#### n 本章学习目标

- 1、学会如何确定客户的需求层次
- 2、区分顾客的需求
- 3、大客户的关系状态分析

n

#### 本章重要概念

客户需求的冰山模型

基于消费心理的市场细分

价值诉求

暗示需求

业务定位

关键购买价值指标

**案例分析：**大客户与个人客户的需求

**练习：**区别客户隐含需求与明确需求

### 四、大客户需求挖掘技巧

#### n 本章学习目标

- 1、如何联结产品与顾客的需求
- 2、功能，优点及利益对销售的影响
- 3、顾问式销售核心技巧

#### n 本章重要概念

F/A - B/V 转换特点，受益，和价值

FAB 销售模式

SPIN 问话技巧

**测试：**FAB 打通关

**实战模拟：**F A B 训练

**练习：**背景问题与难点问题

**工具：**SPIN 模板大全

**案例分析：**四种高级提问技能的应用

### 五、大客户沟通模型

#### n 本章学习目标

- 1、沟通四要素
- 2、人的行为处事风格
- 3、如何说服不同类型的人

#### n 本章重要概念

力度与情感维度

大客户的四色模型

## 练习六：你的客户是什么类型？

### 六、异议处理技巧

#### n 本章学习目标

- 1、两种不同的客户异议：抗拒与疑虑
- 2、如何面对抗拒
- 3、客户忧虑的后果
- 4、成功的处理客户忧虑

#### n 本章重要概念

树立正确认识：价格不是失败的关键因素

解决客户抗拒的手法

客户忧虑的原因与价值等式的变化

处理客户忧虑的三个致命失误

**练习：**处理客户忧虑案例演练

**案例分析：**价格疑虑是如何变化的

### 七、大客户双赢销售谈判

#### n 本章学习目标

- 1、双赢谈判的概念
- 2、区分销售和谈判
- 3、销售谈判的交叠圈与四种谈判策略

#### n 本章重要概念

掌握谈判时机

谈判中的问题

谈判是最昂贵的销售手段

**工具：**双赢矩阵

**练习：**谈判案例演练

### 八、客户关系管理

#### n 本章学习目标

- 1、学会理解客户关系的二维实质和四大支柱
- 2、掌握强化客户关系的四个手段
- 3、学会从长计划、共建相互依存的生态系统

#### n 本章重要概念

关系链条

客户吸引力

客户关系变迁

品牌优势

新业务捆绑

业务共存生态

**练习：**客户关系方格游戏

**案例分析：**客户关系发展策略

**备注：**有任何细节咨询欢迎与我联系沟通。