

打造无坚不摧的营销尖兵——

大客户销售之绝对成交

——成就卓越销售奇迹的秘密法则

主训师：郑时墨老师

前言：

您的营销团队战斗力如何？为什么付出很多，而业绩总是不理想呢？为什么您的团队老是业绩不理想呢？

您希望将自己的营销团队打造成一支卓越的高绩效团队吗？您想了解提高业务人员销售业绩的重要方法和步骤吗？您想知道有效而合理争取大客户的方法吗？您明白留住和吸引大客户的重要原因和方法吗？您想学习“不战而屈人之兵”攻心式的销售方法吗？“大客户销售之绝对成交”课程帮您解决以上问题！

“企业存在的首要目的就是为盈利！企业不盈利老板要拉出去砍头！”

—— 松下幸之助

“销售部门是企业最重要的部门之一，业绩包治百病！”

—— 任正非（华为总裁）

“企业产品科研做的再好，假如我们不善于营销，也等于零！”

—— 比尔·盖茨（微软总

裁)

本课程最突出的特点是什么？

通过大量的体验实战训练，包括案例分析、现场解答、角色扮演、电影片段、情境模拟、销售游戏、团队竞争等形式，让学员在紧张、热烈、投入的状态中，体验什么是真正的销售与沟通，如何步步为赢的进入顾客内心。讲授的观点简单实用，容易掌握记忆，学员可以系统地学习“绝对成交”的理念、原则和方法，可以学完就用，而且用之有效。

【授课对象】

销售人员，营销型企业团队等。

【课程类型】

课程关键词：大客户销售、销售技巧提升、销售心理学，销售沟通提升等。

【培训形式】

理论讲授 70%、实战演练 20%、案例讨论 5%、经验分享、答疑 5% 以系统实用训练为目标，精彩案例，感动视频分享、动情小故事，生动演讲，游戏，互动训练等形式；培训现场轻松，活跃。

【特训课程收益】

- 1、了解卓越大客户销售精英的素质要求；
- 2、了解大客户销售成功的必备要素！
- 3、为企业打造具有战斗力的销售尖兵；
- 4、了解大客户销售的步骤流程；
- 5、学习和掌握高超的大客户攻心式销售实战技巧；
- 6、锻造良好的大客户销售谈判技巧；
- 7、掌握高品质的大客户沟通技巧；
- 8、掌握了解大客户购买的心理技巧；
- 9、学习销售精英如何确定目标和达成目标的方法；
- 10、学习掌握大客户关系建设与维护技巧。

【讲授课时】

培训设计时间：2天（上午：9：00-12：00 下午：13：30——16：30）

【课程反馈效果】 （最高五颗星）

第一单元：大客户销售基本概念

- 1、大客户的定义
- 2、大客户特征及分类
- 3、大客户的判定标准
- 4、大客户采购五要素（价值、需求、价格、信赖、体验）
- 5、大客户采购趋势

互动：学员分组，文化建设及积分学习规则分享（5分钟）

第二单元：大客户专员的工作职责

- 1、大客户专员的职责
- 2、大客户专案组的职责
- 3、大客户专员的能力要求
- 4、大客户专案组的工作内容与重点

课题分组讨论：大客户专员成功的必备要素

第三单元：大客户销售前阶段

一、了解大客户销售心理学

- 1、互惠原理
- 2、承诺和一致原理
- 3、社会认同原理
- 4、权威原理
- 5、稀缺原理

二、大客户采购行为分析

- 1、大客户采购流程（发现需求、内部酝酿、采购设计、评估比较、购买承诺、使用维护）

- 2、大客户采购周期（引导期、竞争期）
- 3、大客户决策群体（发起者、决策者、设计者、评估者、决策者、使用者）--重点讲解

三、大客户深度开发技巧

- 1、大客户信息来源及管理
- 2、大客户销售的工作重点
- 3、潜在大客户的信息收集渠道
- 4、潜在大客户信息收集的内容----重点

案例：1、某电信公司采购行为过程分析

2、华为大客户销售中的信息策略

第四单元：大客户的接触与拜访

一、与大客户建立信任的四个阶段

- 第一阶段 认识
- 第二阶段 约会
- 第三阶段 信赖
- 第四阶段 同盟

二、大客户拜访六步骤

- 1、第一步骤 称呼对方的名称
 - 2、第二步骤 自我介绍
 - 3、第三步骤 感谢对方接见
 - 4、第四步骤 寒暄、赞美
 - 5、第五步骤 表达拜访的理由，陈述议程对客户价值，引起客户的兴趣
 - 6、第六步骤 询问顾客是否接受
 - 7、快速建立好感和关系的方法
- 视频及学员演练

三、大客户个人行为模式分析

- 1、客户风格（亲切型、表达型、控制型、分析型）
 - 2、客户性格分析
 - 3、客户行为心理分析
- 角色扮演：客户拜访

四、判断销售机会五个标准

- 1、第一标准 客户的预算
- 2、第二标准 采购时间
- 3、第三标准 需求和擅长
- 4、第四标准 投入产出率
- 5、第五标准 判断能不能赢
- 6、第五单元：大客户需求分析
- 7、客户需求 SPIN

课题讨论：1、大客户不同种类需求的判断与分析

2、问话沟通了解客户需求学员练习（15分钟）

3、案例：某销售高手通过了解信息成功争取大客户的案例

第五单元：大客户销售产品价值呈现技巧

一、产品价值呈现的含义

二、为何要塑造产品的独特价值

三、如何有效呈现产品的独特价值

- 1、产品塑造的六大要素
- 2、产品塑造介绍的流程
- 3、塑造产品的 FABE 技巧
- 4、产品塑造介绍的注意方面

四、如何对本公司产品进行提炼和塑造

- 1、本公司产品的六大特性提炼
- 2、本公司产品带给顾客的好处分析
- 3、本公司产品的 FABE 呈现技巧
- 4、已使用顾客的良好反馈及案例
- 5、本公司产品介绍的话术及练习

视频分析 1：如何把冰卖给爱斯基摩人？

视频分析 2：电信手机的三大卖点？

训练、FABE 技巧训练

小组对抗训练、把车卖出十倍价格 (20 分钟)

第六单元：竞标与议价

一、介绍产品利益

- 1、产品介绍要点
- 2、NFABI
- 3、商务简报介绍技巧

二、竞标及商务议价

- 1、价格商谈技巧
- 2、招投标书概念
- 3、克服客户异议处理
- 4、寻找核心异议
- 5、克服单个异议

案例：有竞争力的标书要素

第七单元 大客户关系建设与管理

一、如何建立客户关系

- 1、客户关系建立步骤
- 2、空降式客户渗透法
- 3、剥茧式客户渗透法
- 4、雷达式信息收集法
- 5、网络式人脉建立法
- 6、机会式关系建立法

案例：某 500 企业的大客户关系建立技巧

二、怎样维系客户关系

- 1、客户的关怀技巧
- 2、客户个性化服务
- 3、客户的有效走访
- 4、有效管理客户档案

三、如何巩固客户关系

- 1、客户动态管理策略

- 2、竞争对手的动态管理
- 3、被动服务变主动管理
- 4、客户的流失预警防范
- 5、客户信息的动态管理

四、管理并开发潜在价值的大客户

- 1、关注客户动态
- 2、发掘客户需求
- 3、创造客户价值

第八单元、课程回顾总结与结束：

- 1、重点知识回顾
- 2、互动：问与答
- 3、学员：学习总结与行动计划
- 4、企业领导：颁奖
- 5、企业领导：总结发言
- 6、合影：集体合影