



课程背景

如果您正在遭遇以下苦恼，本课程都适合您导入企业：

为什么您的市场同质化严重，产品缺乏表现力？

为什么您的技术缺乏竞争力，关系缺乏持久力？

为什么很多为什么做同样的工作，业绩却不同？

为什么总觉得时间不够用，计划赶不上变化，或计划从未兑现过？

为什么有的人像消防队员，哪里起火往哪里跑……

哪里出了问题？——精准营销出了问题！

员工上班≠工作，员工工作≠创造财富，

高效员工是盈利的，低效员工是负债的。

企业的任何工作都是成本，早上一开门到处都用钱，员工一上班就必须给钱，但这些成本投入后到底能产出多少呢？不同的效率的企业却是千差万别。

管理学大师德鲁克说：“**管理最终的成果要落在效率上**”。低效企业是血泪工厂，高效企业是印钞机。企业最大的悲哀是：每天花钱是必然的，每天赚钱却是偶然的。一切的管理都是效率的管理，没有效率就没有盈利！

高效员工与低效员工绩效差 10 倍

课程安排

课程时间 1天(6小时/天,标准版)

培训形式 主题演讲、案例教学、影音分享、互动演练……

授课风格 实战、实用、实操,有趣、有料、有效!拥有极高的演讲授课技巧,众多案例信手拈来,内容精彩纷呈;语言幽默风趣,富有激情,现场感染力强,所到之处,学员们无不被他的课程所感动。

学员反馈 于唐山老师不愧是中国最顶尖的培训大师,他的演讲艺术无与伦比!无论肢体动作、语言表达、控场能力,还是课程的实用性都堪称中国一流!很多培训讲师如果现场听了于老师的课,有可能会放弃走讲师道路的念头,他们万万没想到原来这才是真正的演讲!

课程大纲

第一部分、营销困局突破-----当前营销环境分析

- 一、行业当前营销环境现状分析
- 二、行业当前市场营销存在的问题
- 三、竞争手段的同质化
- 四、营销模式的同质化
- 五、新的销售环境,市场竞争更为激烈
- 六、现在,我们遇到了更多的竞争对手,
- 七、不断威胁我们的市场
- 八、不断抢夺我们的客户

第二部分、了解大客户营销规律---大客户的销售特点

一、知己知彼---商界的百战百胜法宝

- 1、我们销售的是什么
- 2、我们的优势是什么
- 3、我们的不足是什么
- 4、谁是竞争对手
- 5、客户是谁
- 6、客户为何会选择我们

二、不战而胜的营销思维

- 1、三种不同层次的竞争
- 2、三种不同方式的竞争
- 3、整合资源,确立优势
- 4、锁定目标,不战而胜

三、大客户销售的特点

第三部分、大客户实战营销“七步技能工作法”

第一步:怎样寻找大客户—客户信息开发12种策略

- 1、媒体广告
- 2、展会
- 3、亲友介绍
- 4、老客户转介绍
- 5、关系网络
- 6、俱乐部
- 7、网上论坛
- 8、异业联盟
- 9、名单电话
- 10、促销活动
- 11、同行介绍
- 12、电话接听

第二步:怎样了解大客户---大客户类型分析

按性格类型划分 (7) 畏手畏型

- (1) 理智稳型
- (2) 感性冲动型
- (4) 借故拖型
- (5) 沉默寡言型

(8) 斤斤计较型

(3) 优柔寡断型

(6) 喋喋不休型

(9) 盛气凌人型

第三步：了解客户购买需求与客户心理活动

（一）、公司客户需求全面分析

- 1、如何全面掌握客户的信息？
- 2、如何挖掘客户真实需求和隐藏需求？
- 3、如何探听客户的采购预算？
- 4、如何了解客户的决策情况？
- 5、如何判断客户的市场认知？
- 6、如何让客户需求快速升温？

（二）、公司客户心理活动分析

- 1、客户心理的测试
- 2、购买决策的5个阶段
- 3、公司顾客购买7个心理阶段
- 4、公司顾客购买2大心理动机
- 6、购买者行为分析

第四步：客户接待技能训练

（一）、上门接待阶段

- 1、“客户到，欢迎光临”
- 2、第一次引导入座
- 3、业务寒暄

第五步：电话行销技能提升

一、电话行销法则：

二、电话接听技巧

三、电话跟踪技巧

四、电话邀约技巧

第六步：建立客户信任感

1、赞美技巧 2、聆听技巧 3、提问技巧

赢得客户信任的第一步—客户拜访

一、初次拜访的程序

二、初次拜访应注意的事项：

三、再次拜访的程序：

四、如何应付消极反应者

五、要善于聆听客户说话

1、多听少说的好处

2、多说少听的危害：

3、如何善于聆听

第四部分：大客户营销秘诀---大客户的 SPIN 顾问式销售工具应用

1、传统销售线索和现代销售线索

2、什么是 SPIN 提问方式

3、封闭式提问和开放式提问

4、如何起用 SPIN 提问

5、SPIN 提问方式的注意点

第五部分：大客户营销秘诀---对客户精准营销技能提升

1：精准经营能力市场细分的基本概念与营销把控能力提升

2：精准经营能力市场细分变量的运用方法

3：精准经营能力目标市场的选择、市场定位：市场定位分析

4：如何具体推荐产品

5:使客户购买特性和产品特性相一致

6:处理好内部销售问题

7:FAB 方法的运用

第六部分：学习商务谈判之道-如何解除大客户异议

一、客户异议的种类

1、真实异议 2、假的异议 3、隐藏异议

二、异议原因分析

1、误解 2、怀疑 3、习惯 4、欠缺

三、处理异议的四大原则？

四、如何解除客户抗拒点和异议谈判 6 大步骤

五、客户异议的五大处理技巧

第七部分：商务谈判之道----大客户双赢的价格谈判

第一单元：客户价格谈判阶段（杀、守、议、放价）

一、杀价：二、守价：三、议价、四、放价

第二单元：商务谈判沟通技巧、商务谈判的六大技巧、商务谈判方法

第三单元：成交信号识别技能提升；帮助客户建立公司认同认知的 6 种方法、SPIN 策略

第四单元：你用什么办法防御竞争？投标前的准备与策划、设置壁垒、促进成交事宜，夺取销售订单的策略；

第八部分：“经营大客户人心工程”-----大客户服务技能提升

- 1、为什么有了订单不赚钱-----大客户优质服务的重要性
- 2、不同大客户的四种服务类型
- 3、如何处理不同大客户的抱怨和投诉
- 4.大客户服务的十一个系统方法
- 5.快速建立大客户关系的七个方法
- 6.维护老客户关系的三大要素
- 7.四种不同性格大客户关系中应该怎样应对？
- 8.关键大客户人员的关系处理、灵活处理客户关键人员的需求，
- 9.五种方法提升大客户满意度、忠诚度、期望值。
- 10.处理大客户不满的四个原则

第九部分：大客户销售人员的自我管理和修炼

一、成功大客户销售人员自我管理的五个法则

二、成功销售人士的自我修炼六个“自”诀

- 1、自信
- 2、自发
- 3、自省
- 4、自强
- 5、自律
- 6、自始至终