

大客户营销及管理培训

【课程背景】

B2B 企业的大客户销售团队的业绩，对企业的生存和发展来讲至关重要，但是，大客户销售团队，往往缺乏系统的管理和规范化的流程，导致就是每个销售的业绩参差不齐，销售能力看天赋和个人努力状态，存在很多的不确定性和随机性，为企业的长远发展，带来风险。那么针对销售团队管理者和每一个大客户销售经理，

- 该怎样建立一整套大客户销售管理的体系，让大家有一套统一的，完整的，行之有效的销售项目管理的流程呢？
- 怎样识别企业大客户的各种需求，在沟通前充分准备，做到知彼知己，有的放矢，与客户进行高效沟通呢？
- 怎样在跟进项目的各个环节，提高销售经理的专业性和说服力，做到一针见血掷地有声，获得客户的高度信赖呢？
- 在客户沟通谈判过程中，怎样化解各种尴尬场景，处理争议，化解矛盾，顺利推进合作开展呢？

这些问题就是我们企业商务合作部门最关心的课题，也是本课程的聚焦所在。

本课程突破了很多大客户销售课程只讲特例、缺乏普遍规律，更缺少工具方法的瓶颈，还原真实案例。解决学员“看不清、想不到、做不了”的三大难题，提供落地工具和模型，方便学员在企业的大客户销售工作中，用于实践，真正实现 B2B 销售绩效的快速提升。

【课程收益】

- 掌握大客户管理的核心概念和流程
- 学习识别、开发和维护大客户的策略
- 提升大客户营销技巧，提高客户满意度和忠诚度
- 了解利用数字化工具提升大客户管理效率的方法

【课程特色】

老师讲授+案例剖析+情景模拟+分组讨论；通过现场互动和案例分享，剖析知名企业的数字化转型的操作、核心思维、公司布局等，让学员掌握数字化转型方法论，明晰数字化转型的达成路径和方法，建立数字化思维架构体系；

【课程对象】

董事长、总裁、总经理、各级总监等高级管理人员，大客户总监、销售经理、渠道负责人等中级管理人员

【课程时间】 0.5 天 (6 小时/天)

一、大客户管理概述

1. 大客户及大客户管理的定义及特征
2. 大客户管理的重要性及挑战
3. B2B 销售管理的 13 个关键模块
4. 大客户管理的五大要素

二：大客户识别与开发

1) 目标客户画像与细分

- ① 案例分析：某行业大客户画像
- ② 工具分享：客户画像模板

- 2) 潜在客户挖掘与评估
 - ① 客户信息来源渠道
 - ② 客户需求评估模型
 - ③ 客户需求挖掘方法
 - ④ 针对性大客户营销策略实施
- 3) 客户关系建立与需求分析
 - ① 客户背景分析
 - ② 客户指标分析
 - ③ 客户决策流程分析
 - ④ 销售线索和内部关系人分析

三：大客户营销体系建设

- 1) 差异化营销方案制定及支持
 - ① 产品/服务价值提炼
 - ② 个性化解决方案设计
 - ③ 价值销售策略制定案例分享：成功的大客户营销案例
- 2) 大客户销售实施及跟踪
 - ① 谈判策略
 - ② 客户满意度调查与分析
 - ③ 客户忠诚度计划制定
 - ④ 客户关系维护与提升
- 3) 大客户团队建设及管理
 - ① 大客户销售人员能力画像模型；
 - ② 跨部门协作沟通机制建立
 - ③ 大客户销售团队组建策略
 - ④ 大客户管理组织架构设计；

四：大客户营销案例分析

- 1) 华为云大客户销售案例分析
- 2) 针对海尔 IT 系统升级的销售案例分析

尾声