

大客户关系突破与销售技能场景化训练

课程背景：

随着信息时代的到来，云计算、大数据、物联网、人工智能等新技术不断改变着人们的工作和生活，各行业需要不断地将新技术应用到实际的产品、方案当中，新产品与方案的价值传递得到了前所未有的重视，客户在选择产品或方案供应商的时候，也更倾向与专业的卖家合作，传统的关系型销售受到了很大的挑战。每个销售的场景，都要尽可能地传递产品价值，梳理专业形象，需要销售在每个销售细节都要全情投入，精雕细琢每一个动作，争取项目的最终胜利。

本课程面向大客户销售需要具备的基础技能进行全方位的讲授和训练，比较业界传统的销售训练，本课程从更深层次分析了销售取得客户信任的原理，给出了更有效、更易操作、更标准化的方法。同时，本课程从客户开展一个项目的角度全方位解读项目每一个关键节点，在每一个关键节点销售需要做什么，客户期望获取什么都有明确的讲解和方法指导。本课程帮助销售全流程场景化地系统学习销售套路及技巧，快速开拓新兴市场，快速具备新产品技术的价值

传递能力，帮助企业实现新型产品在行业内的快速推广。

课程收益：

从大客户销售基本规律入手，掌握客户在项目不同阶段的心态和需求特点

基于心理学，从人性规律入手，把握高层客户的心理状态

从高层客户的业务场景入手，学习与高层客户相处的技巧

课程从客户经营的角度入手，帮助销售人员掌握长期经营高层客户关系的能力

帮助销售人员掌握故事化的价值传递能力

帮助销售全流程把握项目，提升项目运作成功率

课程时间：1天，6小时

课程对象：高级销售经理、客户经理，售前技术支持、销售总监

课程方式：案例分享+视频教学+课堂练习+课后测验

课程大纲

第一讲：良好客户关系的意义

1. 客户关系的作用

2. 客户关系的三原则

3. 六维分析法-客户购买内驱分析

第二讲：如何突破客户关系

一、突破客户关系的三个原理及方法

1. 主导客户注意力

2. 打开客户注意力

3. 绑定客户注意力

二、突破客户关系的六个原则

1. 互惠——建立共赢

2. 诚信——言行一致

案例：低价中标的代价

3. 专业——业务专家

例证据：提升业务专业度

4. 共鸣——保持同频

案例：航空母舰和小船

5. 持续——保持联系

案例：被遗忘的院长

6. 真诚——待人以诚

案例：刁难厂商的总工

案例：新销售搞定大单

第三讲：客户关系突破的手段

一、建立客户档案

- 1.明确客户档案的重要性
- 2.确定客户档案的内容
- 3.制作与更新客户档案

二、客户性格分析

- 1.DISC 行为模式理论介绍
- 2.哪种性格特质适合做销售？
- 3.客户性格识别和应对技巧

三、六种关系突破场景

- 1.礼尚往来
- 2.商务宴请
- 3.娱乐活动
- 4.旅游考察
- 5.拜访聊天

6.深入人心

第四讲：基于客户视角的销售场景化流程

一、客户视角：从专业视角到客户视角

1.客户为什么购买？

2.客户购买逻辑

二、客户拜访前的四个问题

1.我为什么在这里？

2.我想让客户做什么？

3.客户为什么见我？

4.客户为什么信我？

三、筛商机识角色

1.销售机会筛选：BANT 商机评估

2.政企销售中的常见角色

四、巧提问善倾听

1.常用的提问策略

2.同理心：倾听的前提

3.常用的倾听技巧

五、会展示理异议

1.SPAR 优势呈现法

2.客户为什么不购买？

3.LSC-CC 模型-异议处理模型

六、谈合作谋规划

1.传统销售模式和合作经营模式

2.合作经营流程：四季沟通术

3.依托销售价值重新评估商机

课程总结