

---

# 大客户实战营销系统课程

20%的客户创造 80%的利润

针对销售顾问, 如何经营好这 20%的客户

利用 35000 个大额产品的销售案例研究出的销售智慧

全球 500 强企业中 60%的企业用于培训大客户销售精英的必修课程

## 【课程收益】

20%的客户创造 80%的利润，80%的资源应用在 20%的客户身上；所以，针对 20%的客户利用九子诀“找对人，说对话，做对事”来搞定；利用客户关系的“二十五方格理论”来提升其价值，形成二次或三次等购买是研究的重点；利用销售管理的工具“天龙八部”来掌握其进展，形成业务管理从粗放到精细化管理，利用营销中的经典“四度理论”来改变其营销模式，从而实现大客户营销中的信任法则，与大客户之间形成良好的互动，彼此提升各自的价值与贡献度。

## 课题四：工业品大客户销售策略与管理

### 【课程大纲】

---

---

## 一、大客户需要销售顾问

- 大、小客户之间的差异
- 竞争态势与我们的策略
- 销售人员自我成长的四阶段
- 销售顾问与大客户之间的关系
- 成为销售顾问的三个条件

### 案例讨论：买产品与买解决方案的差异

## 二、三种大客户的销售策略

- 三种类型的大客户成功销售的关键
- 三类大客户各自关心什么？
- 有那些策略与战术进行合作
- 价格敏感性大客户降价的一个关键
- 价格敏感性大客户降价的二个因素
- 价格敏感性大客户降价的六个策略
- 价格敏感性大客户降价的十个方法
- 附加价值性大客户的四大策略

### 案例讨论：那一种降价的方式最好？

## 三、大客户六步诊断分析流程找对人

- 分析项目组织，理清角色权责
- 分析决策链（分析关键人立场、客情关系、决策权重、爱好、需求）
- 明确项目采购所处的阶段
- 分析任务清单，项目目前卡在哪儿
- 分析主要竞争对手，制定竞争策略（12大竞争策略）
- 组织内外资源制定关键人突破策略与计划

### 案例讨论：650万的项目如何推进？

## 四、大客户关系开发的六脉神剑做对事

- 客户关系的五层立场

### 案例：三个角色的立场分析

- 建立客户关系的三大技能（问、听、说）
- 客户关系发展的六个台阶（陌生人熟人朋友好朋友伙伴死党）

### 案例：客户关系识别与分析

- 推进客户关系的六大策略
  - 建立良好的第一印象是基础
  - 识别客户的态度是关键
  - 推进客户的亲近度的五大利器
  - 推进客户关系话术的五个层次
  - 客户关系拓展的三类关键活动
  - 客户关系六个台阶的层层推进具体方法

### 案例：如何将陌生人变为死党

- 基层线人关系突破策略
    - 如何找线人
    - 线人预期管理
    - 线人关系突破两类关键活动
    - 如何与线人建立共同体
-

---

### 案例分享：线人关系突破

- 高层公关
  - 如何与不同风格的高层打交道
  - 不同年龄和岗位高层需求分析
  - 搞定高层的三板斧
  - 搞定高层的七剑下天山
  - 调整自己风格来适应不同类型高层

### 案例讨论：十拿九稳的项目为何落单？

#### 五、挖掘大客户需求的四重境界说对话

- 销售中确定客户需求的技巧
- 有效问问题的五个关键
- 需求调查提问四步骤
- 隐含需求与明确需求的辨析
- 如何听出话中话？
- 如何让客户感觉痛苦，产生行动？
- SPIN 运用的四步流程

### 演练：利用 SPIN 挖掘并引导客户需求

#### 六、确立竞争优势是价格谈判的关键

- 分析我方竞争优势的方法
- 在客户需求与我方销售优势之间确立最佳卖点。
- 准备一份说服大客户购买我司产品的方案
- 掌握说服客户接受我方产品/方案的步骤
- 把我们的方案/产品呈现给客户的技巧
- 如何在谈判中维持相对的高价或不降价
- 四种降价的条件是什么？

### 案例分享：200 万的大单，临门一脚怎么啦？

#### 七、促进大项目成交的战术应用

- 判断最佳的成交时机—不到火候不揭锅？
- 判断推进成交的最佳时机
- 达到双赢成交的方法—你是否使问题的解决朝最佳方案推进？
- 总结：我们的销售目标——一步步地获得客户对购买的承诺
- 客户后续总结与分析-

### 案例分析：推进还是继续？

---