

工业品大客户营销四大宝典

【课程大纲】

第一部：开山劈石 大客户战略营销

- 大客户是企业战略营销致胜关键
- 大客户营销的最高法则是信任
- 分析客户数据并挖掘大客户价值
- 战略性大客户的五步台阶
- 三种目标：战略、销售及价值
- 怎样评估大客户的价值？

案例分析：哪四类大客户需要砍掉？

第二部：九阴真经 大客户战略管理

A、前言：大客户管理是一个团队工程

- 企业内部组建大客户服务团队是大客户服务的企业内部基础
- 制定大客户的计划与实施，确定计划和实施的时间表，大客户的定期规划
- 大客户销售经理与技术服务之间的配合
- 建立大客户高效团队的四个阶段

案例：XX公司营销中心大客户中心部的团队

B、大客户销售管理的四大系统

- 大客户内部流程的管理系统
- 大客户内部职能分工流程体系
- 销售里程碑与标准管理
- 销售成交管理系统

第三部：小李飞刀 大客户战略拓展

A、找对人比说对话更重要——客户采购流程

- 分析采购流程及组织结构
- 分析客户内部的五个角色
- 找到关键决策人
- 如何逃离信息迷雾
- 项目中期，我该怎么办？
- 利用客户中不同购买决策角色的关系来创造对我方获胜的条件

案例分享：小鬼也能拆散到手的鸭子

B、说对话——是发展客户关系的润滑剂

- 客户关系发展的四种类型
- 客户关系发展的五步骤

- 四大死党的建立与发展
 - 忠诚客户有四鬼是如何形成的
 - 与不同的人如何打交道
 - 如何调整自己的风格来适应客户
- 案例分享：客户关系发展的二十五方格模型

C、需求调查——是做对事的成功因素

- 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

案例分享：用 SPIN 来引导罗氏医药的包装需求

第四部：化骨绵掌 大客户战略服务

A、建立客户服务的五步曲

- 步骤一，对顾客显示积极态度
- 步骤二，建立服务的标准化体系
- 步骤三，个性化服务
- 步骤四，确保你的顾客成为回头客
- 步骤五，战略性服务

B、建立客户的个性化服务

- 个性化服务是趋势
- 以客户为导向，重新制定体制
- 以需求为目标，精心制定服务
- 以沟通为纽带，建立客户资料

案例分享：拒绝服务这样的客户？

C、维持并发展客户的忠诚度

- 何谓客户的忠诚度
- 顾客忠诚度的价值
- 实施有效的顾客忠诚度管理
- 开展顾客忠诚活动的策略
- 顾客忠诚度的评估
- 从顾客槽中得到经验
- 客户回报率，客户盈利性指标

案例分享：建立忠诚服务的五大秘诀

