
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。

课题三：工业品大客户组织规划与管理

【课程大纲】

一、大客户组织管理的发展目标

- 详细说明大客户管理对企业战略目标的实现具有的意义
- 大客户管理是一个商业活动而不是一个销售活动
- 大客户管理应该是什么样子, 它的程序是什么?

案例：万豪与德勤的故事

二、大客户的组织管理结构

- 大客户的组织机构图
- 大客户的各级管理部门的职责
- 大客户各级管理部门内部结构与内部工作模式
- 大客户经理的能力模型与发展
- 大客户角色分析与绩效管理

案例：中国电信大客户管理组织结构
设计

三、大客户管理是一个服务团队

- 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管理

四、大客户的销售管理六大系统

- 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
- 大客户销售推进的天龙八部
- 销售里程碑与标准管理
- 销售成交管理系统
- 项目性阶段辅助工具

案例分析：IBM 项目销售的分析工具

五、大客户内部采购流程的管理

- 分析客户内部的采购流程
- 分析客户内部的组织架构图
- 分析客户内部的职能与角色分工
- 分析客户内部的关系及发展策略
- 建立高层之间的互动是信任感的基础

案例分享：逃离信息孤岛的四大策略

六、大客户销售推进的天龙八部

- 大客户销售推进流程的阶段分析
- 大客户项目成功判断的标准
- 突破大客户项目向前发展的方法
- 符合项目阶段成功的必要条件

练习：判断大客户所处的阶段

七、大客户销售的里程碑与标准

- 划分大客户销售里程碑的关键因素
 - 建立大客户销售里程碑的标准
 - 大客户销售里程碑与甘特图的关系
-

➤ 科学化管理与里程碑

案例分析：这是里程碑吗？

八、大客户销售的成交管理系统

➤ 划分大客户销售成交管理系统的原则

➤ 划分大客户销售成交管理系统的标准

➤ 阶段之间的关系与联接

案例分享：销售预测无法进行怎么办？