
做大单，靠团队

【课程大纲】

一、建立工业品行业的新关系营销

- 工业品行业营销的五大特征
- 工业品行业营销的新模式 --“四度理论”
- 建立新关系营销的三个阶段
- 重塑信任营销的六句秘诀
- 建立关系营销的四大核心
- 关系营销发展的“五个台阶”
- 25 方格理论是关系营销的最高准则
- 提升职业化销售经理的四个台阶

讨论：坐等客户上门与主动出击的
差异点

二、客户市场细分与客户档案管理

- 谁是我们的“客户”？
- 确定最佳客户群—产品定位
- 确定最佳客户群—市场细分、细分、再细分
- 细分后的客户关心什么？
- 大客户与一般客户的差异

- 客户细分的标准有那些关键？
- 客户细分的具体步骤与方法
- 资料的来源成功的三个秘诀
- 客户资料包含哪些？
- 客户档案的价值在哪里？

案例分析：化工行业细分常用的方法
有哪些？

三、成为职业顾问的三大技能

A、了解客户需求调查--做对事

- 如何了解客户的想法—学会问
- 明确客户需求的“二个方向”
- 客户不同层次需要的分析
- 有效分析需求的“五个秘诀”
- 需求调查的“四步经典技术”
- 制定偏向我的机会点：二大核心
- 如何让客户不选择竞争对手？

经验分享：“卖产品不如卖方案，卖品
牌不如卖标准？”

B、如何听懂客户的话---懂得听

- 听而不闻—耳边风
-

-
- 虚应回答—简单应付
 - 选择性的听—对自己有利
 - 专注的听—自我立场
 - 设身处地的倾听—同理心

C、不同类型的客户沟通--说对话

- 客户关系发展的四种类型
- 客户关系发展的五步骤
- 融洽客户关系的“四大润滑剂”
- “四鬼原则”的建立与发展
- 锤炼“四大死党”的忠诚客户
- 与不同类型的人如何打交道

案例：项目踢皮球，该如何柳暗花明又一村

四、寻找合适客户建立长期关系

- 维持客户关系的重要原则
- 通过现有客户扩大销售业绩方法
- 让客户重复消费的理由
- 让客户准介绍的五个方法
- 客户关系如何管理
- 客户关系——客户周围的人

讨论：我们的客户如何提升为用户

五、提升客户价值的服务策略

- 用对心是服务的一项原则
- 建立服务的五大体系
- 个性化服务的二大关键
- 客户关系提升的 25 方格
- 建立忠诚度的五大指标
- 战略性合作伙伴的三个因素

案例分析：上海大众与宝钢集团之间的联姻

六、打造高绩效的销售团队

- 高效团队---团队凝聚力的形成
- 塔克门组织—团队中的八大角色
- 塔克门团队发展模式
- 《手制纸花》（三个过程）
- 建立高效能的沟通平台
- 《合作拼图》
- 局部与整体的利益是一致的
- 有限资源必须合理利用

讨论：您的行为就是组织成员的表率
