

大客户销售开发

【课程背景】：

随着市场分工日益明细，产品本身的差异性也逐步缩小。如此一来，建立竞争力的差异性便需要通过销售方式，打造无可匹敌的专业销售能力，是开拓市场的关键所在，以客户为中心的顾问式销售应运而生。顾问式销售，整合知识、技巧，配合日常的管理手段在销售过程的每一个环节进行管理，然而在实际销售过程中总会遇到不少困难——

如何与买方的购买过程步调一致

如何有效锁定销售目标，并激发兴趣

如何获得更多与决策者接触的机会

针对以上问题，该程帮助销售人员在销售机会来临的时候，识别潜在客户的业务挑战，然后综合运用对客户的了解和对自身能力的了解，引导买家分析问题、得出结论，协助他们自己找到真正的解决方案。通过与客户步调一致的过程和专业的知识、能力，在竞争中脱颖而出，并合理使用内部资源。

【课时】：1天

【课程收益】

- 1、展开咨询型、分析型的对话
- 2、控制并缩短销售周期
- 3、通过统一的销售流程，保持公司内部协调一致，沟通顺畅

【课程大纲】：

一、介绍和关键概念

目标：

- 1、描述使用销售流程的重要性
- 2、介绍销售流程的关键要素
- 3、解释情境流畅度的特点
- 4、定义大客户销售中的主要销售技巧、术语和基本原则
- 5、描述购买的过程和行为表现
- 6、描述客户四个层次的需求及对应的销售行为

练习：讨论销售遇到的挑战

二、拜访前计划和研究

目标：

- 1、掌握拜访前计划的最佳实践
- 2、利用特定的资源对客户进行研究
- 3、识别并定义客户的痛苦，分析痛苦在客户组织中的流动方式
- 4、描述客户中的关键人员在销售机会中的角色和特点
- 5、使用下列销售工具完成拜访前计划活动：

□客户概况 □关键人物表

练习：

- 1、针对你的销售机会进行练习，注重：
- 设计客户概况 □描述客户组织机构的依赖性

三、激发兴趣

目标：

- 1、描述有效进行业务拓展的关键点以及在寻找潜在客户时应避免的行为
- 2、描述进行销售驱动和市场驱动的业务拓展策略的最佳实践
- 3、使用下列销售工具激发潜在客户的兴趣：

□业务拓展信件和提示卡 □参考案例 □价值主张

练习：

进行销售机会练习，确定业务拓展策略并设计激发兴趣销售工具

四、定义“痛苦”或关键业务问题

- 1、了解潜在客户与销售首次接触时要作出的决定
- 2、掌握引导潜在客户承认痛苦的方法
- 3、使用下列销售工具指导与潜在客户的首次接触：

□战略关联提示卡

五、模块五：诊断及创建构想

目标：

- 1、描述在给出解决方案之前，诊断业务问题的重要性
- 2、清晰理解有效客户问题诊断模型的组成
- 3、解释围绕你的能力创建客户购买构想的重要性
- 4、使用下列销售工具，诊断客户的业务问题，创建针对你的独特能力的购买构想：

□九格构想处理模型创建构想

□痛苦表、情境流畅提示卡

- 5、清晰描述帮助客户建立销售提供的解决方案之价值量化技术
- 6、使用销售工具，诊断客户的业务问题，创建针对你的独特能力的购买构想：

六、买方/流程验证：“支持者”

目标：

- 1、清晰描述用来确定潜在客户决策能力的技术
- 2、清晰描述协商后续步骤及接触客户权力人士的技术
- 3、掌握跟进的方法，有效检验销售机会和潜在客户的支持力度
- 4、使用下列销售工具，对买方和流程进行验证：

□战略关联提示卡

□支持者信件

七、买方/流程验证：“权力支持者”

目标：

- 1、描述针对客户高层进行诊断对话的特点
- 2、清晰描述用来确保客户购买决策能力的技术
- 3、清晰描述发掘/定义客户评估和购买决策标准
- 4、掌握跟进的方法，有效检验销售机会和潜在客户的购买能力
- 5、编制评估计划，用来影响和引导买方的评估方式
- 6、描述评估计划中应该包括的关键内容
- 7、使用下列销售工具，对买方和流程进行验证：

□战略关联提示卡 □权力支持者信件 □评估计划

八、评估计划的要素

目标：

- 1、有效地管理买方的评估流程
- 2、向权力支持者报告评估计划的执行进展
- 3、掌握价值分析和调整的方法
- 4、描述建立和衡量客户成功标准的好处
- 5、使用下列销售工具来构造和执行评估计划的主要元素：□是否继续步骤完成信件 □价值分析/价值调整 □成功标准

练习：

设计评估计划

九、活跃的销售机会

目标：

- 1、对活跃的机会进行客观评价，决定是否值得跟进
- 2、描述面对活跃销售机会可以考虑的四种竞争策略
- 3、改变客户已有的购买构想
- 4、使用下列销售工具来处理活跃的销售机会：

□机会评估工作表 □竞争策略选择器(情境流畅提示卡)

□支持者信件（构想重塑）

练习：

- 1、进行角色演练，通过诊断性对话重塑客户的购买构想
重塑构想

十、达成协议

目标：

- 1、描述谈判阶段买方的出发点和战术
- 2、在进行谈判之前进行有效的准备
- 3、使用下列销售工具进行谈判的准备，和买方达成协议：

□谈判工作表 □得-让清单

十一、开始

目标：

- 1、描述销售人员和销售经理应该采取的短期和长期行动计划，推动大客户销售在公司的顺利实施
- 2、课程结束