

《审时度势、顺势而为》

--政商大客户的高层公关

课程背景：

本课程从宏观层面分析了影响政府、国企和民企大客户成交的各个关键决策角色，并且以最快的方法识别客户的决策链；同时又从微观角度深度剖析不同决策角色内心深层次的本源性需求，找到影响关键决策人的关键要素，并制定针对关键要素的攻关策略和方法，让客户高层坚定成为我们的支持者，从而顺利的拿到订单。

销售是有套路和方法的，要做到“步步为赢”，每次见客户都是加分项。每次的分值比竞争对手高。你的综合分才会高，才能拿下客户。客户的不同部门的不同领导其实是“谁说的都算”同时“谁说的都不算”。不同的部门不同的领导关注点不同。

本课程结合刘老师多年的大客户销售经验以及销售团队的管理经验，结合知识讲解、案例教学、行动学习工作坊等多种形式，帮你打通任督二脉，成为一位专业的销售高手。轻松让您的销售业绩翻倍。梳理出自己企业的一套销售管理工具和流程。让销售从“艺术”变为“科学”。

课程收益：

认识客户四种决策者

掌握不同决策者的公关技巧

了解客户沟通的四种风格

掌握与不同社交风格的领导沟通

掌握客户需求的四种类型与公关策略

课程时间：6小时

课程对象：资深销售人员和销售管理人员、大客户销售人员，销售总监，项目型销售人员等

授课模式：直播、案例分析、小组研讨、情景演练

课程特色：

学：知识讲解、案例教学

动：利用行动学习工作坊，激发学员右脑，让学员积极参与学习，有趣有料

用：现场产出适合本企业的销售工具，回去就可以用

课程大纲：

一：如何精准识别客户的角色和关注点？

1、客户的角色分类

拍板者（EB）、技术把关者（TB）、使用者（UB）、内线（coach）

工具：客户决策分析表

2、拍板者（EB）

a. 拍板者的定义 练习：谁是决策者？

b. 拜访拍板者遇到的挑战

c. 什么样的人会是拍板者

d. 拍板者关心什么 案例：“小”富田的“大”策略，如何搞定某市政府高层？

e. 人性需求的五大通道

f. 高层的三大利益分析

g. 高层客户关注的三类人

3、技术把关者（TB）

a. 遇到的挑战 练习：谁是技术把关者？

- b. TB 迷之自信的特点
 - c. 与之打交道的注意事项
 - d. 技术者会关心什么？ 案例：某省诚信公共平台系统存储项目，如何突破技术高层？
- 4、使用者 (UB)
- a. 遇到的挑战 练习：谁是使用者
 - b. 需求部门的重要性
 - c. 如何沟通说服 案例：如何在客场搞定高层？
- 5、内线，教练 (coach)
- a.Coach 的标准与作用
 - b.Coach 的种类
 - c.如何发现 coach
 - d.如何培养 coach
 - e.如何保护 coach
- 工具：销售决策链表
- 6、客户关系的四个台阶
- 认识—约会—朋友—同盟 演练：判断客户关系的阶段
- 7、孙子兵法给销售人员的启示
- 上兵伐谋、其次伐交、其次伐兵、其下攻城
- 四种营销的规则

二：如何识别高层的社交风格并与之沟通？

- 1、高处不胜寒，销售为什么害怕见高层？
 - 2、社交风格的分析
 - 3、四类社交风格的特征与表现
 - 4、四类社交风格的喜好和禁忌
 - 5、如何通过言行快速识别客户的社交风格
 - 6、如何投其所好分别搞定四类不同风格的客户
- 案例分析：根据风格判断客户类型和公关方法

三：客户需求的四种类型

- 1、雪中送炭 案例：出差买裤子
 - 2、锦上添花 案例：某家具建材客户更换供应商
 - 3、无欲无求 案例：某医药国企领导的突破
 - 4、自以为是 方法：PMPMP
 - 5、如何识别客户属于哪种需求？
 - 6、不同的需求如何应对？
 - 7、如何引导需求转移
 - 8、如何与客户“共创”方案
- 案例：从西游记看客户需求类型

四：高层拜访与信任建立

- 1、设目标
 - a.每次拜访都设定一个拜访目标
 - b.客户行动承诺标准
 - c.获得承诺三部曲：检查、总结、进展
- 案例：四种访谈结果练习 【案例】10 条访谈结果

2、列理由：

- a.客户为什么要见你？
- b.为什么要有见面的有效理由？

客户约见的 PPP：目的（why）、过程（如何进行）、收益（彼此有什么好处）

3、荐自己

- a.如何正确的自我介绍？

视频：刘备的自我介绍

【案例】一个成功的保险推销员

- b.让客户记住你的名字

【案例】小名片里的大学问

- c.卡耐基打造人际关系的三法宝

- ① 真诚地对别人感兴趣；
- ② 微笑；
- ③ 记住别人的名字。

4、激兴趣

- a.客户通常对销售有哪些成见
- b.激发客户兴趣的方法
- c.第三方成功故事的模板和案例
- d.开场寒暄的关键因素

成功销售的 IQ/EQ/AQ

【案例】小石头里面的重感情

【案例】高情商的礼品销售员

5、善倾听

- a.为什么要倾听？
- b.没有倾听的表现
- c.倾听的要领

总结：复盘改善与行动计划