

《赢单六问》

---六招搞定大客户

课程背景：

您在面对大客户销售时有以下困惑吗？

我已经很勤快了，可就是业绩不好。不知道运用什么策略，才能开发大客户，拿不到大单。跟客户一见面就开始介绍产品。搞不清销售流程，不知道该在什么阶段做什么事？每次挖需求以后，又不确定是不是客户的真实需求，搞不清客户的潜在需求？拎不清客户的人物角色，不知道如何和他们对话，搞定他们？不清楚客户的性格特点，沟通起来总是效率低？为什么关键人物总是没空？这些问题一直围绕着我们。

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：

掌握大客户的“八大”销售流程

清晰认识客户的决策链

了解大客户的四种角色

掌握四种类型客户的沟通风格

了解优秀方案介绍的五种方法

了解产品介绍的两大法则

课程时间：2天,6小时/天

课程对象：资深销售人员和销售管理人员、大客户销售人员，B2B销售人员，项目型销售人员等等

授课方式：行动学习工作坊、讲授、游戏互动、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：

第一问：理解何为大客户销售？

1、两个问题：

销售是一门艺术，还是一门科学？

逃不出的二八定律，想提升业绩到底靠 20%，还是 80%？

B2B 与 B2C 销售的不同？什么是“大客户”“策略”“销售”？

故事：三个卖水果的销售

2、两个案例：

某石油公司的失败案例

某石油公司的成功案例

3、总结：大客户销售的特点

周期长，意见多，难控制，决策慢

第二问：知道我的位置在哪？

1、认识客户的购买流程

战略规划、理清需求、方案评估、采购、实施验收、项目应用

- 2、销售流程的天龙八部
- 3、销售流程一：客户规划 工具：客户规划表
- 4、销售流程二：访前准备 工具：访前准备清单 提问清单
- 5、销售流程三：激发兴趣 工具：激发兴趣模板
- 6、销售流程四：需求确认 工具：SPIN 与发问技术 需求类型规划表
- 7、销售流程五：接触决策
- 8、销售流程六：共创方案 工具：共创方案行动计划表
- 9、销售流程七：商务流程 工具：商务谈判信息表
- 10、销售流程八：实施交付

第三问：究竟谁说的算？

- 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
- 3、技术把关者 (TB)
 - a. 遇到的挑战 练习：谁是技术把关者？
 - b. 守门员迷之自信的特点
 - c. 与之打交道的注意事项
 - d. 技术者会关心什么？
- 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
- 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

第四问：不同的沟通风格，如何应对？

- 1、DISC 在销售中的应用
- 2、与孔雀型客户的交往
- 3、与老虎型客户的交往
- 4、与猫头鹰型客户的交往
- 5、与考拉型客户的交往
- 6、不同类型的客户沟通策略 工具：客户性格分析表
- 7、客户性格对应客户的角色

第五问：当我没有优势时，我该怎么办？

- 1、常见的几种局式
优势、劣势、平势

2、拆局之独孤九剑

打平局 案例：某互联网金融公司从打平局突围
半途而入

预算的约束 案例：某制造业客户突破预算的约束
停止不进

两三个死敌

领导支持对手 案例：某地产公司“农村包围城市”

临时换人

低价搅局

见缝插针 案例：某煤炭行业企业“虎口夺单，反败为胜”

3、如何有效的利用资源

4、销售资源的分类 工具：销售资源规划表

5、销售资源的维护

第六问：方案呈现和产品介绍应该如何做？

1、有效呈现的基本框架

2、常见呈现的五种方法

a.产品介绍法

b.对比分析法

c.标杆案例法

d.参观考察法

e.数据分析法

工具：标杆案例呈现模板

3、产品介绍的法则

a.FABE 法则（产品思维）

b.SPAR 法则（场景思维）

4、呈现常范的错误

总结：复盘改善与行动计划