

# 《赢单六问》

## ---六招赢得大客户

### 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

工作坊：产出企业自己的客户购买流程分析与销售流程体系

### 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

工作坊：产出如何搞定 TB/UB/EB/coach，客户决策链分析表

### 第四问：不同的沟通风格，如何应对？

- 1、PDP 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

练习：带着真实案例演练此客户的决策链与沟通风格、支持程度、联系活动

### 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

工作坊：制作出企业的真实销售资源池

## 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

练习：分别利用 FABE 和 SPAR 法则介绍自己的产品

总结：复盘改善与行动计划