

# 《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