

# 大单控盘—大项目成交的关键

计划授课时间：2天

培训对象：大客户营销人员

授课方式：流程主线，案例教学，实践研讨，行动学习

课程内容：

模块一：从客户的商务流程定义我们的大单销售流程

一、标杆企业的大单销售模式

二、大单销售的标准五步流程

- ✓ 客户开发
- ✓ 项目立项
- ✓ 方案接洽
- ✓ 推进成交
- ✓ 跟进发展

三、客户的大单采购流程

- ✓ 各类型组织常见采购流程
- ✓ 关键成交因素分析

行动研讨：我们的客户的采购流程

四、从采购流程到大单销售流程

- ✓ 适合我们企业的大单销售流程
- ✓ 流程的关键节点分析

模块二：有效客户开发

一、4w 法则识别你的客户

二、客户信息采集

- ✓ 客户信息采集的 STORM 原则
- ✓ 客户背景信息的穷尽罗列
- ✓ 信息来源渠道
- ✓ 大单有效性关键信息指标

### 三、客户开发与拜访

- ✓ 初次拜访前的预热与铺垫
- ✓ 产品和技术方面的准备工作
- ✓ 初次见面的商务准备与沟通策略

### 四、客户关系推进

- ✓ 大单过程中的客户关系立体构建
- ✓ 客户关系的三维度四层次
- ✓ 推进客户关系的有效方法
- ✓ 客户关系推进中的注意事项

## 模块三：探究需求，推进立项

### 一、需求探究的 6 个方向

### 二、客户的核心需求分析

### 三、公司需求、部门需求、个人需求的综合分析

- ✓ 强势需求判断
- ✓ 平衡艺术

### 四、立项推进的策略

- ✓ 不同优势情况下的立项推进策略
- ✓ 立项推进中的关键注意事项

### 五、切割营销构建立项标准

- ✓ 大单销售的三种境界

- ✓ 立项的关键在于嵌入我们的优势

## 六、需求引导的关键点

## 七、人无我有，人有我优在立项阶段如何应用？

## 模块四：构建匹配方案

### 一、必不可少的方案对话

### 二、方案的核心内容

- ✓ 方案的常用模版
- ✓ 多种应用场景下的方案组合
- ✓ 必要的方案包装

### 三、方案呈现的最佳做法

- ✓ 方案呈现的不同场景
- ✓ 10分钟讲完100页的方案
- ✓ 模拟演练

### 四、逐步确认是推进方案的有效方式

### 五、什么时候适合做第一次方案汇报

### 六、如何构建持续沟通与汇报的有效通道

### 七、哪些是决定性的关键汇报？

### 八、如何提升关键汇报的成功率？

## 模块五：推进成交

### 一、达成成交的行为模型

### 二、商务环节的注意事项

### 三、如何推进成交？

四、合同流程的推进办法

五、与实施部门的交接和协调

六、项目实施的常见关键节点

模块六：跟进发展

一、跟进发展的基础是良好的客户关系

- ✓ 成交后的客户关系维护
- ✓ 三种关键场景下的客户关系维护

二、跟进发展的关键是大单复制

- ✓ “复制”的美妙前景
- ✓ 灯塔式复制法
- ✓ 矩阵式复制法

案例分享：复制出来的客户

课程总结与回顾