

# 《十六步，成为大客户“3S+1T”营销高手》

## 培训课程介绍

在现在竞争激烈的 TO B 型企业销售业务中，大客户营销如何才能激胜而出？很多企业喊“大客户营销”攻坚大客户，喊了很多年，效果却始终不好。其实，你需要的是一套方法，而不是见招拆招的一两个招式。

大客户营销是一套体系，李国华老师以十余年大客户营销专业经验告诉你，要在企业适配基础上，做到以专业业务员+技术团队为营销主体，技术品牌传播为宣传途径，企业行业性营销为长线投入的立体化攻击性营销体系。

大客户“3S+1T”营销体系，解决 TO B 型企业如下典型症状：a、现有部分培训材料与培训制度，但效果不够理想；b、根据调研，多数靠业务员自己摸索和积累，效率较低；c、培训与考核不系统，总体提升不明显；d、业务员遇到技术问题，大多数是直接转到质保部……

尤其新入职员工，更需要从需踢正步的第一步开始，端正自己，从一张白纸开始尽快过渡并上手成为企业需要的营销人才。

“授人以鱼，不如授人以渔”，本课程既有完整体系，又有实务方法，并将通过情景模拟方式让学员理解并掌握这一实战工具方法。李国华老师以多年营销经验见识，从目前营销组织外部环境的问题与弊病谈起，指导学员了解大客户营销体系搭建步骤及个中要害，协助新进员工及早开悟，及早成为企业有用营销管理人才！

### 《十六步，成为大客户“3S+1T”营销高手》培训课程大纲：

#### 第一部分：如何快速奠定大客户营销基本功底

##### 1、 课前谈：何为大客户？何为大客户营销？

- 2、 问自己：你的“3S+1T”大客户营销框架
- 3、 扎马步：建立客户分析地图，更早出单
- 4、 互动演练：营销模块“串串 show’

## **第二部分：“3S+1T”之 S1：售前工作实务**

- 1、 第一步：决策人信息背调方法
- 2、 第二步：客户需求分析方法
- 3、 第三步：拜访前准备方法
- 4、 第四步：客户沟通手段

**情景模拟：如何做？**

**员工测评试卷：发放、辅导及填写**

## **第三部分：“3S+1T”之 S2：售中工作实务**

- 5、 第五步：如何做计划管理？
- 6、 第六步：如何做时间管理？
- 7、 第七步：专业形象如何营造？
- 8、 第八步：你需要掌握的客户沟通技巧？
- 9、 第九步：如何做需求分析对照？
- 10、 第十步：你需要了解的客户分类策略模型？
- 11、 第十一步：客户需要的个性化服务？
- 12、 第十二步：客户更需要总体解决方案

**情景模拟：如何做？**

## **第四部分：“3S+1T”之 S3：售后工作实务**

- 13、 第十三步：客户跟进，你需要掌握以下方法
- 14、 第十四步：如何进行成交客户维护？
- 15、 第十五步：如何进行未成交客户维护？
- 16、 第十六步：你需要做的后续市场推广手段

**情景模拟：如何做？**

## **第五部分：“3S+1T”之 T1：组织起来才有力量**

- 17、 实务一：干部培养与队伍建设
- 18、 实务二：有效的绩效管理

19、 实务三：简洁的信息管理

20、 实务四：务实的过程指导

21、 实务五：基于团队的激励

**互动演练：如何团队互补，完成一项营销计划？**

**员工测评试卷：解析及注意事项**

### **《十六步，成为大客户“3S+1T”营销高手》培训课程目的：**

本课程由著名营销实战专家李国华老师原创，将系统讲述如何在激烈市场竞争中，大客户营销新人如何通过十六步进阶成为有用的营销战士进而蜕变为更有用的营销管理者的实战方法技能，致力于提升学员的销售技能以切实提升销量。

### **《十六步，成为大客户“3S+1T”营销高手》培训课程面向人群：**

市场销售主管，一线销售人员，市场、销售、技术相关工作人员。

### **《十六步，成为大客户“3S+1T”营销高手》培训课程讲授方法：**

体系与实战案例解析相结合的方式进行授课，以大量实战案例支持理论体系，既有理论高度，又有实战深度；内容严谨充实又不乏轻松幽默；同时加入学员案例现场演练和点评，增强课程的互动性。

### **《十六步，成为大客户“3S+1T”营销高手》培训课程时间：**

2天，按6小时/天计（可根据需要调整）