

高情商商务公关与中国式饭局

请的出来、聊得到一块儿去、能喝得开心、情感能升华、目的能达到。

中国管理科学研究院高级培训师导师：钟鸿 营销与销售、商业模式、领导艺术、管理技能、通用管理

- 🔥 **课程受众**：大客户营销人员、有政企国央企需要应酬的人员、中高层管理人员
- 🔥 **课程时间**：1天（6小时）重实战与真实案例推演
- 🔥 **授课形式**：理论讲解+案例分析+互动提问+小组讨论+课堂呈现+视频播放+情景演绎
- 🔥 **学习目标**：

1. 了解大客户的正确定义，理解并重视通过商务公关提升人际关系是与大客户合作最为关键的手段；
2. 了解可从哪六个维度提升人际关系；
3. 掌握如何与不同年龄段、不同职务（职务高低）、不同行为风格（职务不同）客户打交道，交成朋友；
4. 掌握高情商社交之道，深化中国式饭局的标准化、规则化，如何利用饭局升华客情关系，提升社交效率；
5. 了解行贿受贿与礼尚往来的区别与标准，切勿将自身或客户至于规则之外；

- 🔥 **课程研发背景**：摘自版权作品《政企大客户人际关系升华与营销艺术》国作登自-2024-A-00001698

只要涉及到单位型客户开发、合作、成交、落地、回款，“提升人际关系”是唯一的杀手锏，没有之一！当人际关系不够的时候，高情商是唯一的弥补方式。本次课程旨在如何提升学员情商，应用在社交与公关中；如何办好一场商务宴请，包含饭前客户的邀约、饭中把氛围推向高潮（达到邀请目的）、发后推进人际关系与短期或长期目的。

钟鸿老师作为大客户销售18年以来，从渠道销售到大客户营销经理；从销售药品、医疗器械、到销售培训课程；从公关各级政企到央国企业；一年365天，钟鸿老师亲自参与公关应酬不低于100天，且多次受各政企领导落地指导。深知作为甲方的需求，和乙方应当如何高效的完成公关工作，提升人际关系，达到想要的目的。本课程历经10年打磨，1000天/次以上授课！深受国内各大企业欢迎！！返聘率超级高！！课程大纲：

第一讲：高情商公关——中国式社交

章节主要内容：

开篇达成共识：做好大客户，人际关系是必备手段。但有时，事与愿违，这个客户跟我方关系还需推动，就需要公关，需要高情商的社交。如何提升我方参与公关的相关人员情商，如何在社交中体现出我方的综合职业素养，要让客户找到合作的感觉，是本章节主要内容。

- 一、 正确理解高情商的意义与在“产能过剩”的时代的重要价值
- 二、 关键人物会面前准备
 - ◇ 掌握建立第一印象的重要性与原则；
 - ◇ 掌握亲和力建立信赖感拉近彼此之间的距离（特别是与小领导会面要有亲和力）；
 - ◇ 掌握“气场”建立信赖感，让客户感受到我的专业（与大领导会面要有气场）；
 - ◇ 理解专家形象重要性落地指导；
 - ◇ 逼格可以是“装”出来的，职业包装打造；
- 三、 高情商在大客户营销中的应用
 - ◇ 正确理解高情商的意义与在“产能过剩”的时代的重要价值

- ◇ 情商的定义与场景应用
- ◇ 情商涉及到的三要素
- ◇ 高情商六大核心能力
- ◇ 高情商在客户拜访中的应用场景
- ◇ 高情商在送礼物中的应用场景
- ◇ 高情商在饭局中的应用场景
- 四、 如何与70后、80后、90后大客户打交道
 - ◇ 吃饭、喝茶总要聊天，与不同年龄段的客户聊天话题总汇
 - ◇ 整理从陌生到熟悉，聊天内容从浅到深
- 五、 如何与不同岗位的客户打交道
 - ◇ 从决策者到递单人，从副手到心腹，要匹配自己最如意的公关对象
 - ◇ 定位此次会面的第一目的，后期目的
 - ◇ 理出下一步的公关策略
- 六、 如何与不同行为风格的客户打交道
 - ◇ 技术型，如：财务、技术型工程师、技术型采购等
 - ◇ 销售型，如：销售、公关、行政等
 - ◇ 控场型，如：一把手、决策者、老板等
 - ◇ 耙耳朵型，如：经办人、基层技术等
- 七、 决策者/采购的四大动机
 - ◇ 如何理解与破译“价低者得”
 - ◇ 客户不仅仅购买的是产品本身，还购买着你带来的所有附加值
 - ◇ 投其所好是拉近距离最好的方式，多维度多角度探寻客户的兴趣爱好
 - ◇ 如何遵循客户的生活方式，如何与政企、央企、国企客户打交道
 - ◇ 预算取决于价值，价值不同，邀约的策略一定会有差异化
 - ◇ 正确理解为什么甲方会拒绝和我解除、拒绝我的邀约、拒绝我的合作，如何攻破甲方防线。）
- 八、 三大关键人物公关策略
 - ◇ 决策者、递单人、使用者
 - ◇ 关系策略——交成朋友，建立真挚友谊的美好时刻
 - ◇ 邀约策略——邀约到位，确保邀约顺利进行的完美策划
 - ◇ 情感升华——饭桌文化，让美好的情感成为持续合作的催化剂

第二讲：人际关系升华——中国式饭局

章节主要内容：

客户给机会赴饭局，但因为自己社交能力不足，没能留下好印象，没能抓住机会；钱花了，饭也吃了，没能达到预期的效果。应当如何提升我方参与公关的相关人员的社交能力，在饭局场合显现高情商的社交能力；应当如何筹备一场饭局，从邀约到筹备；如何将饭局推向高潮，在饭中留下好印象，为饭后办事做铺垫；饭后是否提出需求，如何巧妙的提出需求。

- 一、 正确理解饭局的意义与能给我们带来什么价值
 - ◇ “你们家价格贵了、预算我不太清楚、我不负责这一块儿、你要走流程嘛、回款啊？再等等、什么时候回款？不清楚嘛。。。。。”背后的逻辑都是问话场地不正确
 - ◇ 合理回避客户的主场，寻求第三方场景。饭局，将会是你不二之选
 - ◇ 什么样的人值得我们的饭局，预算是怎么来的
- 二、 正确对待、正确看待规则内饭局，政企、央企、国企违规的标准是什么？
 - ◇ 同样一位领导面对不同的邀约，回复却不同。有的“不好意思，有点忙，走流程嘛。”有的“感谢王总，让您破费咯。”

- ◇ 一定要有标准，人情世故不等同于行贿受贿，人情世故是人之常情，行贿受贿是触犯法律底线。
- 三、 饭前准备规则（前期准备占比一场成功饭局的 60%）
 - ◇ 视频分享《饭局》，找出在视频中饭局筹备不当的地方
 - ◇ 饭前邀约话术提炼（重中之重！大多数大客户销售都卡在这个环节！！！）
- 四、 饭中话题大杂烩
 - ◇ 大客户经理在酒局中话题的准备，非常重要。聊天聊什么？从白酒文化到八大菜系，从各地招牌菜到菜系背后的故事。表面上来看，是展现中华酿酒艺术与中国式菜肴的精髓。而在局中，从客户的角度，不难发现你这个销售非常“博学”！“有意思”，值得交往。
 - ◇ 知识恶补：八大菜系，中国丰富多样的美食文化
 - ◇ 火锅文化，品味中华美食的独特品味
- 五、 饭中规则细节（此环节并非商务礼仪，而是营销艺术）
 - ◇ 华北、华中、华南，不同的敬酒规则
 - ◇ 饭中必把氛围推向高潮、饭局必有灵魂的交流
- 六、 饭后艺术
 - ◇ 有饭局并不一定有合作，如何让这场饭局更有价值
 - ◇ 埋下伏笔，为项目推进、人际关系升华、二次邀约
- 七、 工具包：大客户公关进展分析图/安排思路
- 八、 视频分享《送礼》，找出送礼过程中，哪些不足与正确的做法
- 九、 中国式社交模拟场景对话教学（饭局、拜访、送礼等场景）

🌈 课前准备：

- 1、 音响设备（含麦克风、音频线用于播放授课中的视频）
- 2、 投影与幕布（含投影链接电脑连接线）
- 3、 演讲台或课桌放置于讲师前方；
- 4、 电源接线板置于讲台下，用于连接老师电脑电源。
- 5、 白板、白板笔（红色 1 支 + 黑色 2 支）、白板擦或大白纸书写也可以；
- 6、 学员做笔记物料；
- 7、 课桌岛屿（鱼骨）式摆放，公司可视情况分组，也可以由培训师来之后分；
- 8、 讲台旁准备一张椅子或凳子；
- 9、 纸巾一盒（放置在讲台上）