

大客户深度开发与招投标

课程受众：大客户营销人员、营销管理人员、招投标部门人员

课程时间：1-2 天（6-12 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

课程研发背景：

在大客户（单位型客户、VIP 个人型业务）营销中，人际关系是放在首位的，而在人际关系较好的情况下，应当如何深挖客户的需求，如何科学的做好招标，提升中标率；是本次课程我们要探讨的主要方向。

从大客户商务洽谈到谈判技巧；从招投标全流程分析到高难度标的如何实现成交，落地指导大客户营销。

本课程可提供学员公司过往真实标书，3—4 份，做现场推演。注：一天课程不涵盖该部分。

本课程共计四个篇章，多场大型实战案例推演。以理论讲解、案例讨论分析、讨论、输出为主。还原大客户实战场景，角色扮演式情景互动授课，这是一场有热度、有实战的营销竞技类培训。

课程大纲：

第一讲：大客户首席营销官

单元收益：

- 回顾大客户的定义与政企、央企、国企、名企、个人业务等分类
- 大客户基本概念与大客户分类等基础知识

第二讲：大客户营销信息收集与准备

单元收益：

掌握大客户信息收集，为大客户深度开发做基础

面对面商务洽谈前期准备

一、信息收集掌握关键

(一) 信息收集之大客户心中的六问与四准备

(二) 面对面洽谈前准备——大客户精准营销工具 BEIK 模型解读

二、利用营销工具实现信息收集：

(一) 客户关系发展表

(二) 动机分析图

(一) 进度分析图

(二) 制定差异化的客户关系发展表

第三讲：大客户面对面营销实战

单元收益：

面对面前期自我包装

掌握大客户商务洽谈博弈技巧

掌握三大关键人物谈判技巧

一、 关键人物会面前准备

(一) 掌握建立第一印象的重要性与原则；

(二) 掌握如何建立客户营销的亲合力；

(三) 如何打造客户谈判技巧的“气场”五要素；

(四) 理解专家形象重要性及落地指导；

(五) 逼格可以是“装”出来的，职业包装打造；

二、 深挖客户需求与痛点技巧之引导艺术

三、 商务洽谈博弈技巧

四、 产品介绍技巧与造梦艺术

五、 正确理解客户抗拒点来源

六、 三大关键人物谈判技巧

(一) 当决策者说“我要考虑一下”，应对套路；

(二) 当非决策者说“我要考虑一下”，应对套路

第四讲：销冠型团队如何招投标 实战推演

单元收益：

掌握招投标全流程

掌握销冠型团队八大招标手段在实战中的应用

招投标全流程与高难度破解，尽可能实现不流标、不“为他人做嫁衣”

掌握利用工具辅助招标进度

应用与实战互动

一、国内第一名 HW 公司招投标实战案例分析与解读（招标案例一）出现劲敌如何破解

二、组织机构构架在采购流程中的应用

(一) 招投标五大分类

(二) 商务型招投标流程解析

(三) 招投标全流程

(四) 招投标六大环节解读

(五) 招投标

(六) 招投标项目八大手段

三、如何破解招标案例一：出现劲敌时如何抢标

四、面对异性标、出现友商的标的，如何拿标（项目分析五个方面）

五、利用营销工具（项目进度分析图表）实现信息收集：

(一) 客户关系发展表

(二) 动机分析图

六、 制定差异化的大客户关系发展表

七、 讲标技巧与艺术（一天课程不涵盖这部分内容）

八、 HW 公司招投标大型实战案例（二）处于下风如何破解

九、 HW 公司招投标大型实战案例（三）在招标前期工作，如何科学的降低友商

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、 大白纸共计 10 张，纸胶贴或透明胶（方便撕的）每组一份；
- 6、 白板笔每组 2 只（红色一支、黑色一只）；
- 7、 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；
- 8、 学员做笔记物料；
- 9、 准备 A4 纸若干（学员人数的三倍），授课前不用发给学员；
- 10、 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；
- 11、 讲台旁准备一张椅子或凳子；
- 12、 纸巾一盒（放置在讲台上）