

培训课程大纲

大客户管理(2天)

第一天 上午

序：飞机失事的故事

第一讲：基本的概念和定义

- 1) Pareto (80/20) 原则
- 2) 大客户采购的特征和类型

第二讲：标准流程策略—大客户销售的系统方法

- 1) 大客户采购六大步骤
- 2) 有针对性的销售流程六个阶段
- 3) 控制销售流程的六个关键节点
- 4) 案例讨论：一个菜鸟销售员的困惑

第三讲：项目筛选策略—不要输在起跑线上

- 1) 大客户销售的风险
- 2) 大客户评估的四项原则
- 3) 大客户分析-风险的因素
- 4) 风险评估表和评估表使用
- 5) 大客户分级 ABCD 法
- 6) 案例讨论：向承包商销售大型切割设备

第一天 下午

第四讲：关系策略—关系真的无所不能吗？

- 1) 关系准确定义
- 2) 角色扮演：一个采购经理的艰难选择
- 3) 与客户建立互信关系的方法
- 4) 针对不同利益趋向客户的对策
- 5) 客户关系的四种类型和二层次
- 6) 案例讨论：一个建材销售公司老总的苦恼

第五讲：关键人策略—搞掂关键人你就成功了一半

- 1) 关键人策略成功六步走法
- 2) 为什么要有内线？
- 3) 影响采购的六类客户
- 4) 案例讨论：某市的一号市政工程 —滨江路越江隧道
- 5) 如何寻找关键人物？
- 6) 案例讨论：
- 7) 购买者的态度分析

第二天 上午

第六讲:技术壁垒策略—垒起一道竞争对手无法跨越的墙

- 1) 技术壁垒的作用
- 2) 学员讨论: 你公司产品的 FAB 和竞争对手产品的 FAB 对比
- 3) 影响客户的采购标准—SPIN 方法
- 4) 如何垒墙之四类情况和四种对策
- 5) 案例讨论: 滨江路越江隧道

第七讲:向高层销售策略—一条快速成功的捷径

- 1) 案例: 山东某食品添加剂公司
- 2) 销售人员害怕向高层销售的原因
- 3) 高层抗拒销售的原因
- 4) 向高层销售的 N 种方法
- 5) 高层的四种心态和对策
- 6) 绕过前台的 N 种技巧

第八讲:谈判和报价策略—卖的更多和卖的更高一样重要

销售人员谈判训练—八条锦囊妙计

第二天 下午

第九讲: 三类大客户销售策略

- 1) 交易型销售特征与对策
- 2) 附加价值型销售特征与对策
- 3) 战略伙伴型销售特征与对策
- 4) 案例: 广东某生产视频设备的公司

第十讲:大客户维护策略

- 1) 学员讨论: 如何防止大客户叛离?
- 2) 大客户的真正需求
- 3) 案例讨论: 经销商的断货风波
- 4) 客户关系的三个层次
- 5) 大客户维护十种武器
- 6) 客户分析和决策的方法——AA/BB 法

第十一讲: 大客户销售人员的工作态度

- 1) 销售代表的两种类型
- 2) 销售代表的角色定位
- 3) 销售人员的工作态度

结束语:你两个选择