

培训时间/地点: 2022年7月12~13日(星期二~星期三) / 上海

收费标准: ¥4000/人

- 含授课费、证书费、资料费、午餐费、茶点费、会务费、税费
- 不包含学员往返培训场地的交通费用、住宿费用、早餐及晚餐

课程背景:

大客户作为企业的重要客户资源一直备受企业的重视和战略性倾斜。然而,不同的销售人员和销售团队,对于大客户的定义可能都不太一直,对客户的有效分型亦无法做到统一,在就对大客户开发和管理造成了一定的影响。本课程从客户分型开始帮助学员梳理清楚大客户开发的流程和方法,将隐性的经验转化为可以发扬的“套路”和可以传承的销售方法和工具,为专业销售之路夯实基础。

参训对象:

销售代表,销售主管及销售经理

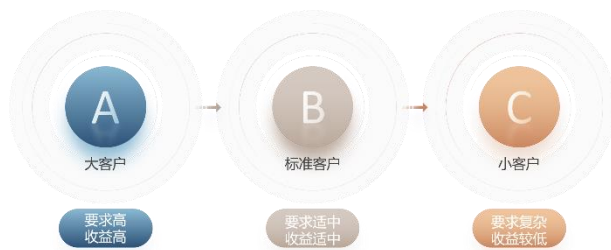
授课形式:

知识讲解、案例分析讨论、角色演练、小组讨论、互动交流、游戏感悟、头脑风暴、强调学员参与。

课程大纲:

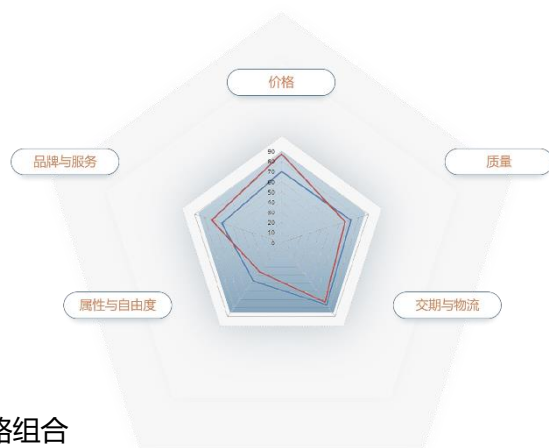
模块一:客户分型与销售策略

1. 客户分型原理的由来
2. 客户ABC分型模型认知与理解
3. 学员客户对应分型与讨论



模块二:产品多维度分析

1. 公司产品雷达图学习与认知
2. 客户的关注点——价格
3. 客户的关注点——质量
4. 客户的关注点——交期与物流
5. 客户的关注点——属性与自由度
6. 客户的关注点——品牌与服务
7. 学员完成客户对产品需求多维度分析表+销售策略组合



模块三：营销、销售和服务的异同点

1. 营销 Marketing 和销售 Selling 的区别和应用
2. 销售的战略、战术和价值创造
3. 针对需要 Want 和想要 Need 的不同销售策略
4. 帮助客户做 SWOT 分析

模块四：大客户销售八步法训练

1. 找出沟通线：设定承诺目标，双向沟通
2. 挖掘需求：突破客户的第 1 层抗拒：不认同问题
3. 达成共识：突破客户的第 2 层抗拒-不认同解决方向
4. 展示方案：突破客户的第 3 层抗拒-不认同提出的解决方案
5. 要求承诺：突破客户的第 4 层抗拒-认为解决方案有负面分支
6. 处理障碍：突破客户的第 5 层抗拒：认为解决方案存在执行障碍
7. 达成销售：突破客户的第 6 层抗拒：莫名的恐惧感、犹豫不决
8. 复盘沉淀



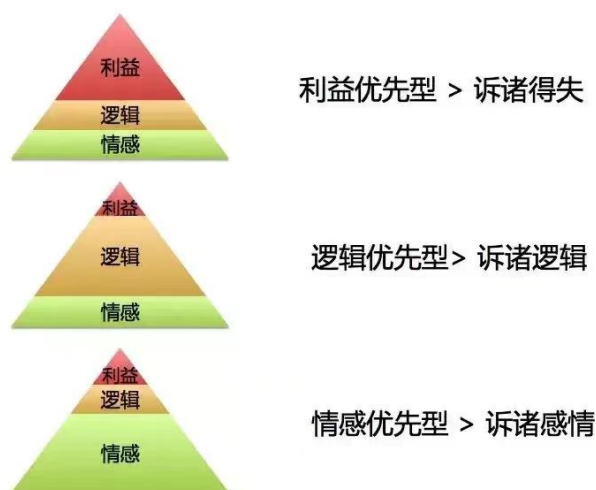
模块五：大客户销售说服策略解析

1. 销售说服金字塔
 - 情感维度
 - 逻辑维度
 - 利益维度
 - 案例分析与策略分析
2. 客户沟通类型测试与分析
 - 沟通风格测试
 - 强硬型
 - 活泼型
 - 友好型



➤ 完美型

- 大客户销售沟通时，要快速分清形势、人物对标，并且根据内容作出相对应的策略：



模块六：复盘与总结

1. 复盘学习过程与内容
2. 总结提炼自身所学及有效的知识点
3. 制定行动计划

讲师介绍：高老师

高老师有 15 年培训及咨询经验，曾任职多家世界 500 强企业。现作为风险投资人，投资多家不同领域企业（人工智能、软件开发、培训咨询等）并担任主管市场销售及人力资源工作的高管。

高老师在业内首次提出以“围绕办公桌”为理念，以这种形式为企业中高层培训。并且用教练指导思想，使理论结合实际，使整个培训充分落地。

主打课程：

- 领导力课程：团队领导力沙盘模拟课程、领导力进阶课程、教练式领导力课程；
- 中基层管理能力提升课程：管理工具大集训课程、新任管理者课程、目标与时间管理课程；
- 软技能提升课程：系统性问题分析与解决课程、非人力资源经理的人力资源管理课程；

曾服务企业或机构（部分）：



专业销售技巧-大客户开发及管理能力提升

公开课课纲

建筑、房地产：万科地产，龙湖地产，AAI建筑设计，古北集团，九龙仓地产，中建一局，碧桂园，保利集团，华润置地，绿城集团，宝龙集团、星河地产等；

IT、互联网：阿里巴巴，华为，腾讯，百度，搜狐，TCL，爱立信，联创科技，搜狗等；

银行、保险和金融：深圳发展银行，招商银行，中国银行，平安保险，大地财产保险，南方基金，三井财险，太平洋保险，兴业银行等；

能源化工：中化集团，BP，中广核、中国石化，天赐化工，广汇实业，山东东明化工，新奥集团等；

快速消费品：联合利华，阿迪达斯，耐克，百威啤酒，贝德玛，晨光文具，达能，箭牌等；

医药、医疗器械：国药集团，艾斯康利，拜耳，西门子医疗，凯西只要，先声药业等；

服务业：波士顿，东方航空，上海外服，华住，锦江集团，励展博览，上海电气租赁，携程旅行等；

汽车、制造业：奥迪，福特，正泰电器、上汽集团，延锋，倍耐力，固特异，艾德玛，贝尔卡特，海斯特-耶鲁集团，曼恩，ABB 等。

