



大客户销售战术[®]

企业痛点

技能非常重要，战术也很关键！

- 如何发现并接触到理想的大客户？
- 如何在竞争中脱颖而出，并最终胜出？
- 如何向客户展示您的增值利益？
- 如何应对所有决策相关者，从而顺利推进并最终签单？

解决思路

根据关系密切程度，您与大客户的关系包括 5 个层次：观察者；供应商；首选供应商；业务顾问；战略合作伙伴。掌握了大客户销售技能，您可能会成为客户的“首选供应商”，但您还应该设法做客户的“业务顾问”或“战略合作伙伴”。同时，如果您想要销售战略更实用，您需要明白如何使用销售战术去连接销售战略与销售技巧。

为此，您必须从精心选择目标客户，充分展现本企业的竞争优势和各种增值利益，并掌握向多级别决策者进行销售的技术。

市面上的课程大多只教授大客户销售的核心能力，大客户销售战术相关的内容比较零散，体系性不强。麦肯特顾问《大客户销售战术》课程可以帮到您！

大客户销售三部曲之二

系统的销售战术是销售核心技能背后强有力的支撑

课程大纲

模块一 大客户开发思维

- 大客户销售人员的基本思考
- 开发大客户的收益与弊端（讨论）
- 大客户关系的四个级别（案例说明）
- 客户购买决策的价值取向
- 实际销售问题收集

模块二 有效开发客户

- 客户的筛选与标准制定（真实情况讨论）
- 开发客户的目标与工作量的规划
- 发掘大客户的隐性需求
- 有效引导客户的购买取向
- 展开与加强我方卖点的提问设计（实例研讨与练习）

模块三 获得竞争优势

- 竞争的本质
- 竞争中的战略思维（案例研讨）
- 竞争的时机与阶段（讨论）
- 全方位的竞争力分析（练习）
- 竞争态势分析与策略选择（实例研讨与练习）
- 工具运用讲解

模块四 展示增值利益

- 大客户销售人员对价值与利益的认知（案例探讨）
- 增值 VS. 附加价值（案例说明）
- 发现独特的增值服务（实例研讨与练习）
- IMPACT 利益量化模型
- 三种主要的计算方法
- 运用指标（工具）量化方案价值（案例练习）
- 展示量化利益的时机与方法

模块五 向多级别决策者的销售

- 常见的公司决策架构
- 本行业大客户的决策架构（讨论）
- 找出决策者与影响者的方法
- 决策者与影响者的性格分析
- 对不同性格人的应对之策（讨论与演练）
- 全方位的客户决策网的分析（案例说明）
- 有规划地建设客户内部关系网（实例研讨与练习）

模块六 总结

- 优秀大客户销售人员必备能力归纳
- 回答学员课堂上的问题
- 结语

课程收益

- ☑ 使您在大客户销售流程的关键环节上获得战术指导
- ☑ 帮学员明确贵公司的长处与不足，并做到扬长避短
- ☑ 使学员巧妙地获得本企业产品（或服务）的竞争优势
- ☑ 及时找出“决策者”和“拦路虎”，结合有效战术和策略，向其销售

课程特色

- ☑ 全方位竞争比较表（TOP）能帮您获得竞争优势，发现您自己的优势。
- ☑ 能帮您设定明确且具有挑战性的目标，并定期监控您所取得的成果。
- ☑ IMPACT 表可量化您的增值利益、服务，明确您为客户提供的价值、利益。
- ☑ 小组讨论、学习游戏、角色扮演、反馈练习等手段有助于强化学习效果。
- ☑ 多媒体教学、录像观摩等教学方式有助于您轻松掌握大客户战术精髓。

学员感言

某德资汽车配件制造商

更细化，更方法性地认识了销售战术，了解了大客户销售过程中应采取的方式方法，对将来的工作（沟通、谈判等）很有启发效果。

某美资生物制药公司

了解了怎样开发新客户，怎样结构关系网。借助影响者，编织关系网，用两条“腿”做好销售。可以在实践中应用到对大客户的工作当中。

某民营新型建材企业

对于识别各类客户做针对有效性的开发方面给了相当大的启发。理清了思路，对开拓思路方面获益良多。

课程时间

课时：2 天（14 小时）

课程对象

中高阶团队领导者

培训形式

内部培训（20-25 人）、公开课、讲师训、工作坊、翻转课堂、定制项目