**攻占山头-大客户营销全流程管理**

**（版权课-8天产出版/可分4期进行）**

**[课程背景]**

很多人从事一辈子销售工作，其实都在山谷打转，根本没有机会站在山顶看风景。一方面是公司产品属性、销售模式及客户群体等因素决定，另一方面是自己的认知局限，导致盲目自信。

销售其实存在“三个层次”和“五个段位”，首先请看三个层次：

**第一层次（业务型销售）：**关注事件、产品、价格，接触最多的是操作层，客户多而杂。

这个层次的销售人员每天都很忙，客户有求必应，让报价就马上报价，叫去一趟就立刻前往，公司有什么产品就卖什么产品，客户说价格高就立即跟公司反映，总是被客户牵着鼻子走，销售业绩很快就遇到瓶颈。

**第二个层次（解决方案型销售）：**关注过程，围绕客户的难点与痛点问题，核算综合成本，接触较多的是部门管理层，中等客户居多。

这个层次的销售人员有方法有计划，给客户方案后，他们会关注进行到哪一步了，采购组织成员的不同反应等，还会发展客户内部教练，指导做业务。

**第三个层次（企业型销售）：**关注价值和结果，他们会从客户产业链进行全面分析，主要与客户高层互动，客户少而精，以行业头部客户为主。

这个层次的销售人员眼界高，有策略，对项目的走势判断精准，一旦锁定客户就会密集地投放资源，直到合作成功。

了解完三个层次，再看五个段位：

**第一段位（初级）：**常见于ToC销售，比如卖水、卖烟、衣服、鞋子、柴米油盐等生活必需品；

**第二段位（中级）：**ToB入门级销售，比如小客户开发，渠道商合作等；

**第三段位（中高级）：**ToB区域级标杆客户开发，比如上海卷烟厂等；

**第四段位（高级）：**ToB世界500强企业总部订单，比如与苹果、西门子全球总部合作等；

**第五段位（最高级）：**国家级商务合作，比如印尼高铁成功通车，就是中车与印尼政府之间的合作。

层次即能力，业务精，签单快，代表效率；段位即站位，站得高，看得远，代表眼界。

在大客户的营销活动中，客户的公司实力与组织能力都很强，采购流程也很规范，这就要求我们必须具备与之匹配的能力。

本课程以老师20年营销实践经历为主线，结合大量的实战案例，深度还原业务场景，运用系统的销售方法论，从高度（战略营销-行业及市场选择）到宽度（策略营销-内外部资源整合）再到深度（技能营销-销售工具和话术），全方位多层次的总结出一套独特的销售战法，助力大家攻占山头。

**适用对象：**总经理、营销总监、营销经理、市场经理及5年以上的销售骨干

**授课方式：**以小组为单位，5-6组，40人以内效果最佳

讲授（理论+案例）+演练（练习+点评）+输出（工具+方法），

工作坊可提供一次2小时线上辅导。

**授课时间：**8天/48小时（可分4期学习，每期2天）

**[课程收获]**

* 学习系统销售方法论，从“游击队”蜕变成“正规军”；
* 俯瞰市场，调兵谴将，运用营销兵法差异化作战；
* 控制关键节点，隔绝竞争对手，提高大订单赢率；
* 绘制客户组织地图，做好决策链分析，发展我方支持者；
* 维护老客户，设计服务流程，提高客户忠诚度，持续为企业创造价值。

**[版权证书]**



**[课程大纲]**

**第一章：走进大客户-开发大客户的意义与思维转变**

第一讲：开发大客户的意义

第二讲：开发大客户的渠道

第三讲：做好大客户6个方面的分析

第四讲：服务大客户的思维转变

第五讲：公司实力展示

**第二章：大客户沟通-建立信任的伙伴关系**

第一讲：大客户沟通的注意事项

第二讲：有效提问技巧

第三讲：倾听艺术

第四讲：控制说话的内容

第五讲：大客户沟通中常见的问题

**第三章：大客户拜访-用专业流程高效推动订单**

第一讲：第一次见面，如何获得好感？

第二讲：高效拜访流程

**第四章：价值呈现-大客户需求挖掘与方案匹配**

第一讲：发现销售机会

第二讲：挖掘客户需求

第三讲：塑造产品价值

第四讲：报价策略

第五讲：如何向客户介绍产品？

第六讲：如何化解客户的质疑与异议

第七讲：讲好成功故事，匹配解决方案

第八讲：有效签单技巧

第九讲：价值呈现阶段常见问题释疑

**第五章：市场竞争-差异化市场竞争策略与路径**

第一讲：企业不同发展阶段的商业战争

第二讲：全方位研究竞争对手

第三讲：竞争策略

第四讲：差异化竞争路径

第五讲：市场竞争中常见问题释疑

**第六章：销售过程管理-设立里程碑，提高订单赢率**

第一讲：用销售漏斗做好业绩预测（订单纵向管理）

第二讲：用销售进程提高订单赢率（订单横向管理）

第三讲：加强销售过程管理中的组织能力建设

**第七章：客户开发-大客户开发策略地图**

第一讲：建立企业的资源池

第二讲：绘制客户组织权力地图

第三讲：客户决策链分析

第四讲：发展支持我方的客户教练

第五讲：大客户开发的六种策略

第六讲：大客户开发过程中的三线突破

第七讲：差异化解决客户棘手的问题

第八讲：在谈判博弈中如何抓到主动权？

第九讲：合同签订与实施

**第八章：客户关系-大客户关系发展与维护**

第一讲：客户关系的重要性

第二讲：客户关系的深度构建

第三讲：客户分类与三级服务设计

第四讲：客户期望值管理