

大客户开发与管理

Developing and Managing Key Accounts

课程意义：

大客户作为企业生存与发展的重要资源，成为了企业间竞争的主战场。因此，哪些是我们的准大客户？如何建立与准大客户之间的合作？如何保有我们的大客户？

本课程将围绕这三个问题，引导参加者系统地关注大客户的问题，从而帮助他们在竞争的市场中赢得更多的大客户。

参加对象：

\* 负责开发和维护重要客户的销售人员、客户经理

\* 跟踪管理那些负责重要客户的销售人员的销售经理

内容大纲：

1. 对大客户的认知和定位

\* 了解您的大客户、市场、市场细分

\* 面对大客户时销售队伍的任务

\* 大客户与一般客户的区别

\* 大客户销售组织和资源分析

2. 大客户的战略管理

\* 大客户的战略分析

\* 大客户需求的分析

\* 大客户决策小组成员的定位分析

\* 如何有效地掌握大客户的重要信息

\* 如何制定针对大客户的行动计划

\* 如何定制大客户的销售方案

3. 对大客户进行分析

\* 了解企业、产品及环境、市场的SWOT分析

\* 理解本公司产品及服务的价值和附加值

\* 客户对销售人员的期望是什么

\* 明确大客户的采购流程及战略作用

\* 测试：销售风格和采购风格分析

\* 强化顾问式销售技巧—销售六步法

\* 强化针对大客户的战略提问技能

\* FAB及Q-FAB-Q表达技巧

\* 处理大客户常见的异议和疑虑

4. 针对大客户的销售谈判及顾问式销售法

\* 创造你的产品、服务及解决方案的差异性，有效地吸引大客户的采购关注、认可、行动

\* 对大客户的销售谈判实力进行分析

\* 销售谈判的五个黄金原则，抗压和避开陷阱

\* 了解大客户的需求动机及潜在个性化需求，进行个性化定位分析，找出大客户的量体裁衣式的整体销售方案

\* 大客户销售的实例分析

Program Outline：

1. Recognition and positioning of the key accounts

\* Understanding your market, segmentation and key accounts

\* Tasks of sales team while facing key accounts

\* Differences between key accounts and general customers

\* Analyzing sales organization and resource of the key accounts

2. Strategic management of the key accounts

\* Strategic analysis of the key accounts

\* Key accounts demand analysis

\* Positioning analysis to DMU of key accounts

\* Collecting important information effectively

\* Setting up your relevant and proper action plan

\* Setting your tailor-made sales proposal

3. How to analyze the key accounts

\* Understanding the SWOT analysis of client’s culture, situation, product and market

\* What’s your product’s value and added value

\* Client’s expectation to the sales people

\* Identifying the purchasing procedure and strategic function of the client

\* Selling and purchasing style analysis

\* Reinforcing the consultative selling skills – 6 steps

\* Key accounts strategic questioning

\* Using FAB and Q-FAB-Q presentation skill

\* How to handle clients’ objections and misunderstanding

4. Sales negotiation and consultative sales style while facing key accounts

\* Differentiating your solutions to gain awareness, acceptance and consideration

\* Negotiation power analysis

\* Five golden principles of the sales negotiation

\* Understanding clients’ needs and analyzing personalized needs

\* Practical case analysis