# **工业品大客户销售策略与管理公开课**

**【学员对象】**

适用于工业电气自动化、工程机械制造、建筑及安装工程、化工及工业原材料、汽车客车、中央空调暖通设备、工业设备制造、矿采冶金能源、信息通讯设备、环保科技设备等工业品企业营销中基层，营销总监，销售经理，大客户经理，大客户销售等。

**【上课时间】**2024年5月24-25日

**【上课地点】**

**【学费标准】**5000元/1人

（含讲师授课、教材费、资料费、证书费、销售工具包、辅导费）

**前言：**

20%的客户创造80%的利润，如何把控及经营好这20%的大客户，利用3500个工业品大额产品的销售案例研究出的销售智慧，培训过全国60%大中型知名工业企业，获得一致好评的经典课程体系！

**课程大纲：**

**一、大客户需要销售顾问**

大、小客户之间的差异

竞争态势与我们的策略

销售人员自我成长的四阶段

销售顾问与大客户之间的关系

成为销售顾问的三个条件

案例讨论：买产品与买解决方案的差异

**二、三种大客户的销售策略**

三种类型的大客户成功销售的关键

三类大客户各自关心什么？

有哪些策略与战术进行合作

价格敏感性大客户降价的一个关键

价格敏感性大客户降价的二个因素

价格敏感性大客户降价的六个策略

价格敏感性大客户降价的十个方法

附加价值性大客户的四大策略

案例讨论：那一种降价的方式最好？

**三、大客户六步诊断分析流程找对人**

分析项目组织，理清角色权责

分析决策链（分析关键人立场、客情关系、决策权重、爱好、需求）

明确项目采购所处的阶段

分析任务清单，项目目前卡在哪儿

分析主要竞争对手，制定竞争策略 （12大竞争策略）

组织内外资源制定关键人突破策略与计划

案例讨论：650万的项目如何推进？

**四、大客户关系开发的六脉神剑做对事**

客户关系的五层立场

案例：三个角色的立场分析

建立客户关系的三大技能（问、听、说）

客户关系发展的六个台阶（陌生人熟人朋友好朋友伙伴死党）

案例：客户关系识别与分析

推进客户关系的六大策略

建立良好的第一印象是基础

识别客户的态度是关键

推进客户的亲近度的五大利器

推进客户关系话术的五个层次

客户关系拓展的三类关键活动

客户关系六个台阶的层层推进具体方法

案例：如何将陌生人变为死党

基层线人关系突破策略

如何找线人

线人预期管理

线人关系突破两类关键活动

如何与线人建立共同体

案例分享：线人关系突破

高层公关

如何与不同风格的高层打交道

不同年龄和岗位高层需求分析

搞定高层的三板斧

搞定高层的七剑下天山

调整自己风格来适应不同类型高层

案例讨论：十拿九稳的项目为何落单？

**五、挖掘大客户需求的四重境界说对话**

销售中确定客户需求的技巧

有效问问题的五个关键

需求调查提问四步骤

隐含需求与明确需求的辨析

**六、确立竞争优势是价格谈判的关键**

分析我方竞争优势的方法

在客户需求与我方销售优势之间确立最佳卖点。

准备一份说服大客户购买我司产品的方案

掌握说服客户接受我方产品/方案的步骤

把我们的方案/产品呈现给客户的技巧

如何在谈判中维持相对的高价或不降价

四种降价的条件是什么？

案例分享：200万的大单，临门一脚怎么啦？

**七、促进大项目成交的战术应用**

判断最佳的成交时机—不到火候不揭锅？

判断推进成交的最佳时机

达到双赢成交的方法—你是否使问

题的解决朝最佳方案推进？

总结：我们的销售目标—— 一步步地获得客户对购买的承诺

客户后续总结与分析