

工业品大客户销售策略与管理

深圳 5 月 24-25 日

演讲语言：中文 Language: Chinese

标准价格 Standard Price: 5000RMB/person, 同时参加 2 人次及以上享 9 折优惠
定价含增值税、活动全程参与 (9:00-17:00)、会议资料、茶歇; 不包含正餐和住宿

课程简介 Briefing

20%的客户创造 80%的利润, 如何把控及经营好这 20%的大客户, 本课程由 3500 个工业品大额产品的销售案例研究出的销售智慧, 培训过上千家大中型知名工业企业, 获得一致好评。

课程大纲 Agenda

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、二个因素、六个策略、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

课程讲师 About the Speaker

丁老师

工业品营销资深咨询专家

工业品大客户营销资深专家

工业品营销管控体系研发人

出版工业品营销专业书籍近 80 本，创下多本工业品专业畅销书

著作《营销突围策略》获登 2009 年中国营销杰出著作榜

主讲的《工业品营销管控》在中国教育电视台一套循环播放

中欧国际工商管理学院 EMBA

12 年工业品行业销售实战经验，曾在世界 500 强企业 Johnson、凯泉泵业集团、英维思集团等企业担任销售经理、资深销售总监、营销副总等职位。近 20 年工业品营销咨询与培训经验，包括 200 多家工业品企业营销咨询项目、3000 多家工业品企业营销培训落地，对工业企业营销团队所经历的、正在经历的、即将经历的绝大部分疑难问题，都能游刃有余的专业解答和提供建设性建议。

课程体系：

工业品营销战略系统；工业品品牌推广系统；工业品组织规划系统；工业品营销管控系统；工业品人才发展系统

咨询模块：工业品企业营销困境诊断；工业品行业发展趋势分析；工业品企业内外部竞争分析；工业品营销业务模式分析；营销战略规划；工业品品牌战略与推广；营销组织流程再造；人力资源规划与管理；工业品营销管控四大系统；工业品营销业务流程管控；工业品人才培养与人才复制；工业品渠道营销体系规划与管理；工业品大客户营销体系规划；工业品项目性营销体系规划；新产品定位及上市推广；工业品服务体系规划与管理.....

服务过的客户包括：

艾默生电气、ABB、正泰仪器仪表、许继集团、南方电网、上海电气、协鑫集团、正泰新能源、阳光电源、上能电气、特变电工、西门子、丹佛斯、巴鲁夫、阿姆斯特壮世界工业、三一重工、中联重科、徐工集团、瑞孚化工、贺利氏工业技术、厦门金龙、苏州金龙、上汽集团、亚星奔驰、奥迪汽车、大众汽车、瑞风汽车、延锋饰件、魏德米勒、飞利浦、美的集团、方太厨具、开利空调、澳柯玛冰柜、TCL 电力自动化、大唐电信、中国移动、上海电信、朗讯科技.....

报名方式

请打开网站：www.ewisx.com，点击任一活动，于活动介绍页面底部提交报名信息；如有疑问，请联系课程顾问协助报名：ewisx.com。



关注公众号：ewisx



课程顾问：ewisx.com