



唐人神集团

# 大客户销售技巧

- ◆ 充分交流
- ◆ 相互探讨
- ◆ 共享成功



- ◆ 销售——拜访——沟通——需求——信任度——服务
- ◆ 谁最棒？——我最棒！
- ◆ 谁第一？——我第一！

# 什么是大客户

- ◆ “大客户”是企业的伙伴型客户，是企业忠实的客户，是为企业发明80%利润的客户，是为企业带来高收益而企业只需支付低服务成本的客户，因为他们与企业建立的是长久的可盈利关系。这部分客户为企业节省了开发新顾客的成本、为企业带来了长久利润，而且帮助企业诱发潜在顾客。

# 大客户三大特征

- ◆ 强大的购置力和经济实力
- ◆ 忠诚（反复购置、有关购置、简介购置）
- ◆ 形成战略伙伴关系



# 大客户辨认

- ◆ 大的经销商
- ◆ 专业终端顾客
- ◆ 大规模、大群体



# 为何要做大客户

## 一、环境混沌

非拟定性、非有序性

非物定性、非对称性

## 二、资源有限性

替代有限性、价值有限性

支配有限性、效果有限性



## 三月份统计表

3吨以上客户数

15

销量

126.3

总客户数

116

总销量

228.5

所占百分比

13%

所占百分比

55%





# 大客户起源

- ◆ 自己培养  
(经过“1122”工程)
- ◆ 寻找此前固有客户



# 客户资料库

- ◆ 基本资料
- ◆ 责任人
- ◆ 拜访统计
- ◆ 成交服务统计
- ◆ 企业概况



# 寻找准客户策略

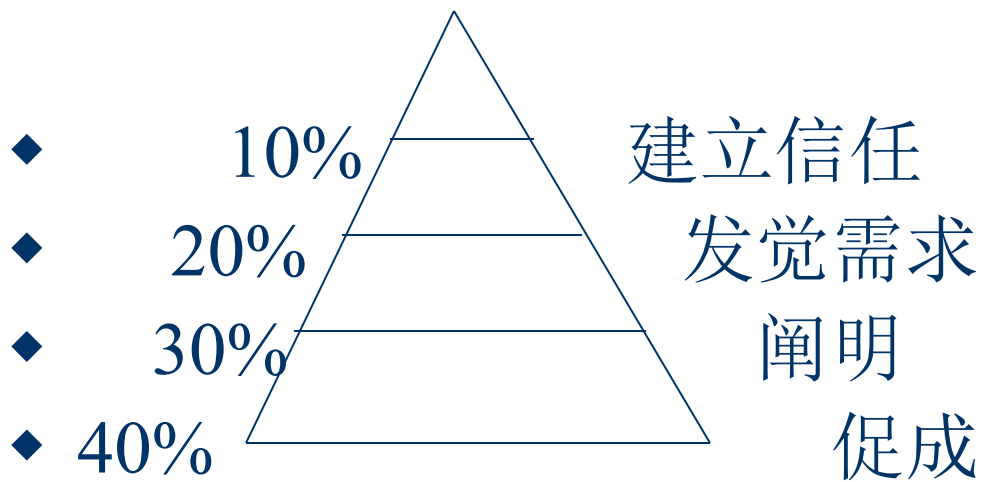
- ◆ 1、从认识人中发掘（辨认司标）
- ◆ 2、生意往来、行业协支
- ◆ 3、从产品周期中寻找
- ◆ 4、利用顾客的名单或同质市场
- ◆ 5、从报纸、资讯、潮流中对找
- ◆ 6、了解产品服务和技术支持人员
- ◆ 7、与1米距离的人交流
- ◆ 8、借助专业人士的帮助
- ◆ 9、电话、信封、邮件等



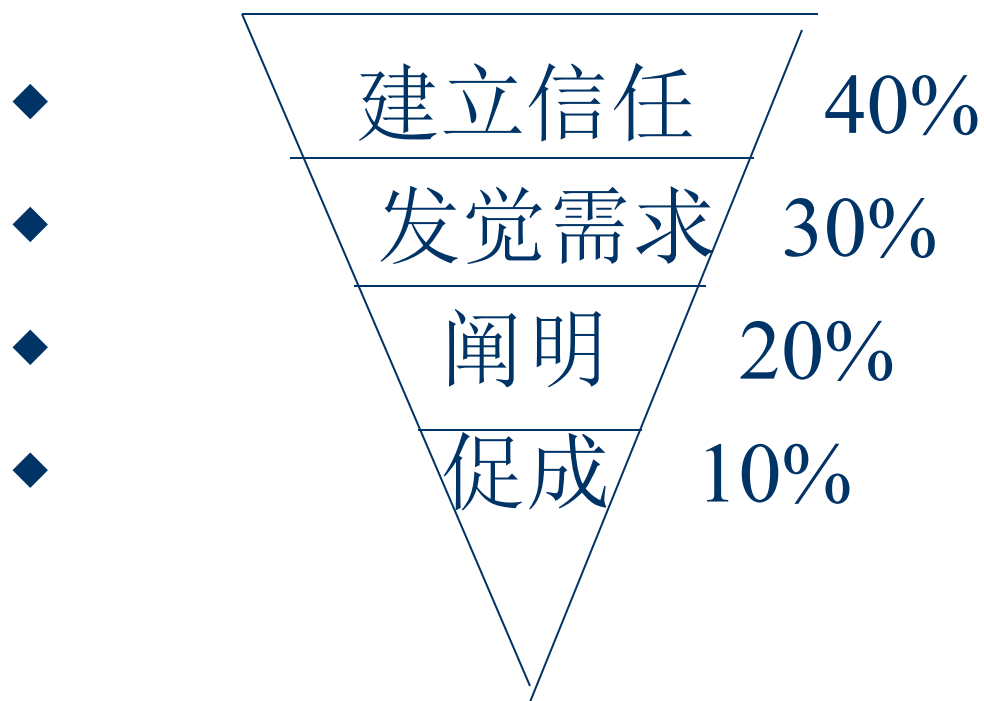
- ◆ 1、 我的大客户的区域分布在哪里？
- ◆ 2、 我的大客户的年龄、文化、收入、爱好、销售模、经济情况
- ◆ 3、 我的主要客户起源有哪些？



# 老式销售模式



# 专业销售新模式



# 我们究竟在销售什么

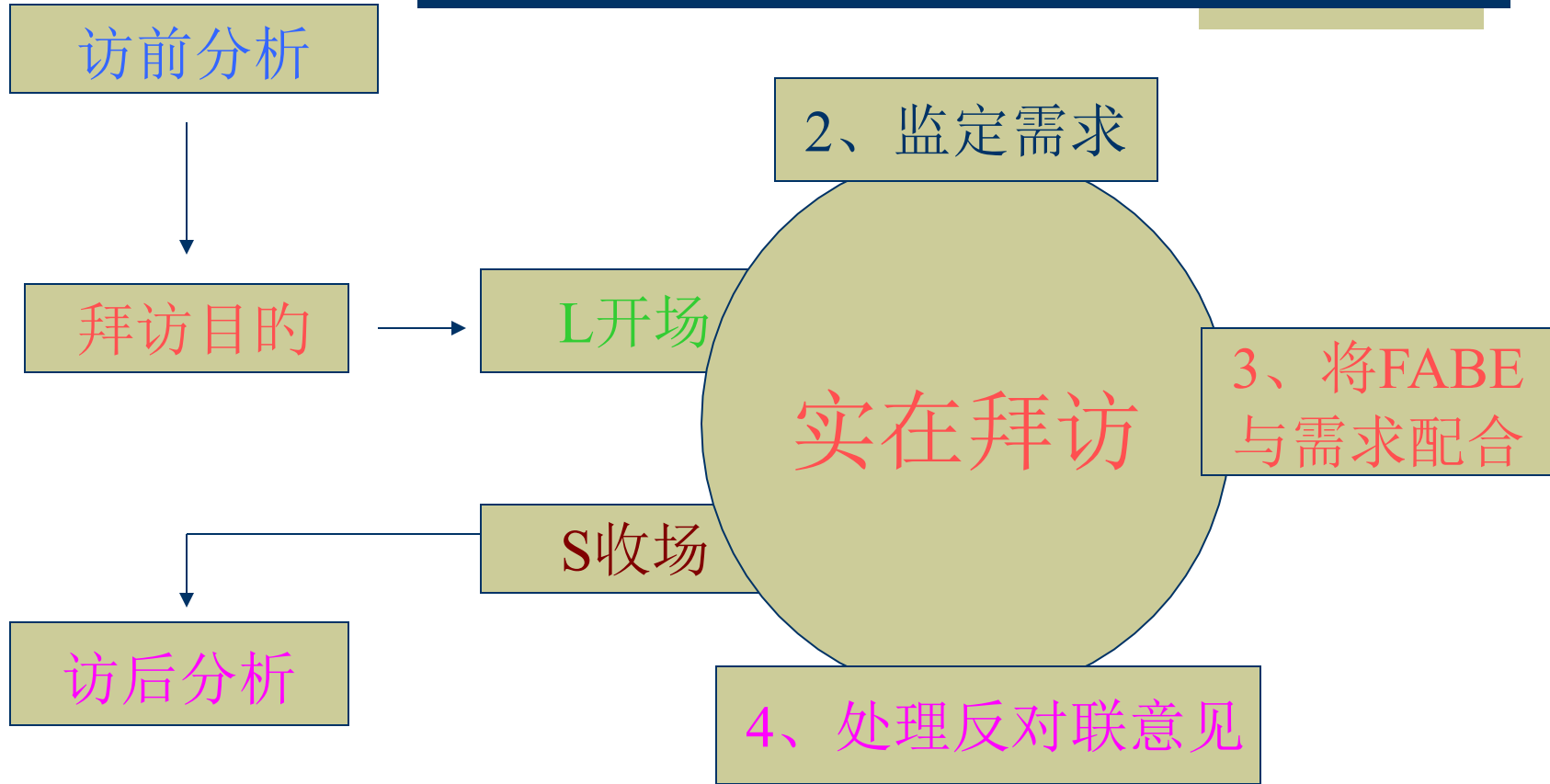
- ◆ 顶尖销售员销售自己——信任度
- ◆ 一流销售员销售问题处理方案
- ◆ 二流销售员销售产品利益价值
- ◆ 三流销售员销售产品本身

# 技巧是能够练习的 态度是至关重要的

- ◆ 对自己：充斥自信、志在必得
- ◆ 对销售：热爱销，坚持不懈
- ◆ 对客户：诚心诚意，设身处地
- ◆ 对企业：信任忠诚，共同发展



# 销售程序



- ◆制定目的与计划
- ◆精心的准备

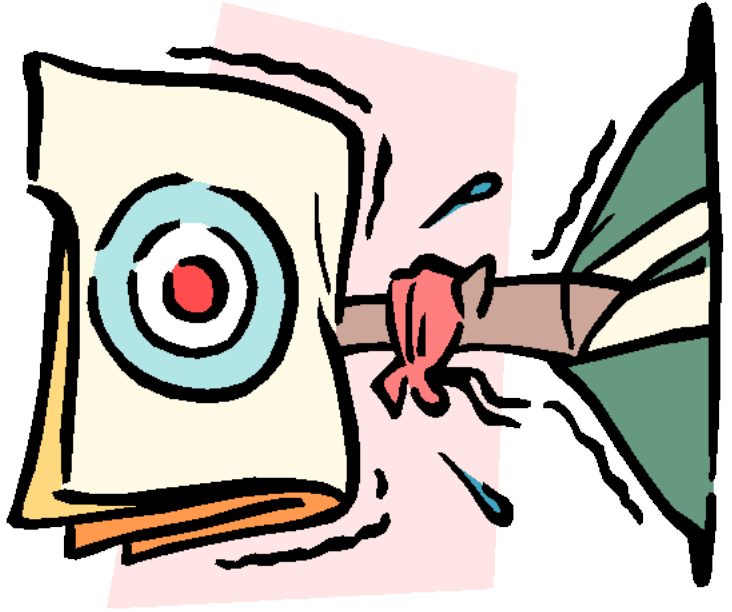


# 访前计划

- ◆ 1、检讨此前拜访的“事实”及别人所提供的意见；
- ◆ 2、检讨有关的“态度”L企业、产品、客户、竞争者
- ◆ 3、设定拜访目的
- ◆ 4、有弹性的开场
- ◆ 5、临时鉴定客户需求
- ◆ 6、预期反对意见
- ◆ 无目的、无计划、无跟踪的销售活动是失控的，无效的，人生就是实现一种一种的目的

# 目的设定的原则

- ◆ 1、明确性
- ◆ 2、实在性
- ◆ 3、挑战性
- ◆ 4、沟通性
- ◆ 5、衡量性
- ◆ 6、时间限制



# 设置目的的十大好处

- ◆ 1、产生主动心态
- ◆ 2、看清使命，产生动力
- ◆ 3、感受生存价值和意义
- ◆ 4、要点从过程到成果
- ◆ 5、有利于分清轻重缓急，把握要点
- ◆ 6、集中精力把握目前
- ◆ 7、提升激情、有利于发展
- ◆ 8、产生自信心，勇气和胆量
- ◆ 9、使人自我完善，永不断步
- ◆ 10、目的使你成为一种成功的人

# 每日销售活动统计

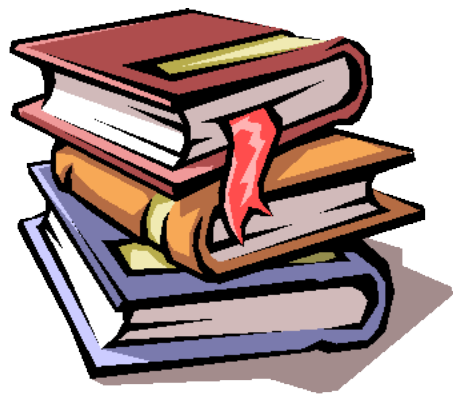
序号	时间	客户名	◆ 联络人	电话	会谈内容	再访
明天 拜访 计划						

# 目的的实现

- ◆ 试一试
- ◆ 竭力而为
- ◆ 全力以赴



# 准备工作





# 1、物质准备

- ◆ (1)、客户资料
- ◆ 个人：经济、健康、家庭、工作、社交、爱好、文化、追求、理想、个性
- ◆ 企业：决策人、经办人、行业、产品、架构、效益、员工、规划、问题
- ◆ (2)、客户资料库归类管理
- ◆ (3) 销售资料准备
- ◆ 企业、产品、个人、资讯、图片、试样.....
- ◆ 问题：我们在与客户面谈前，公文包里应该有哪些资料

## ◆ 2、心态准备

- ◆ 拜访的恐惊：
- ◆ 恐惊起源于对对方的无知，和不可控制。恐惊最终造成了销售失败拜访恐惊是行销新手与老手的永恒问题。
- ◆ 良好的开端是成功的二分之一，减压是成功的关键。

# 客户接纳我们的理由

这个



这个



这个

- ◆ 知识面宽，同类型，很幽默，有礼貌，能相处
- ◆ 说话办事
- ◆ 信誉高，与其他销售员不同
- ◆ 有共同语言，对我很了解，工作挺在行，相处很快乐。

# 人生六力

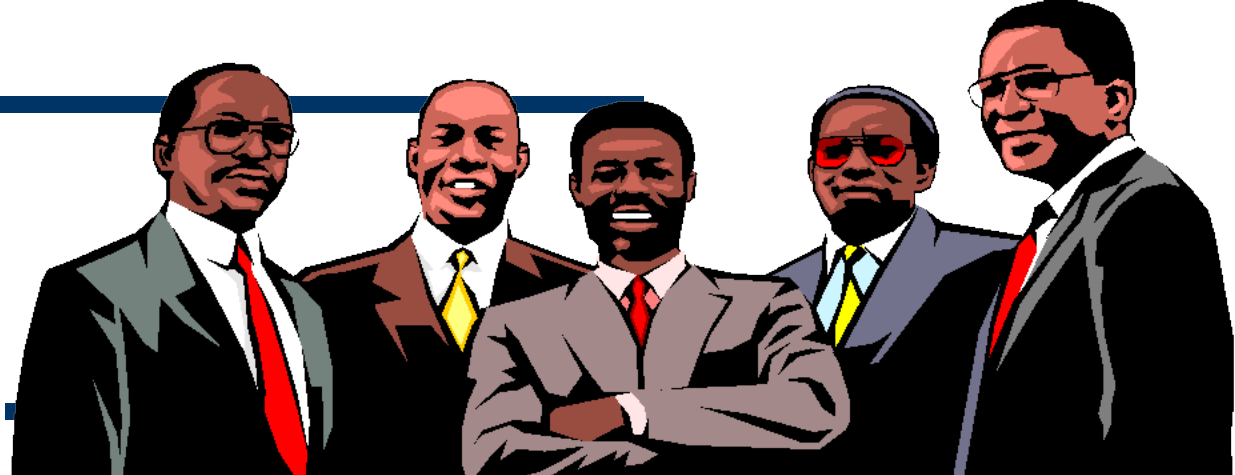


- ◆ 调整心态：心态力
- ◆ 构成目的：目的力
- ◆ 自我超越：超越力
- ◆ 情商协调：协调力
- ◆ 树立信誉：信誉力
- ◆ 身心平衡：平衡力

# 三级光明思维

- ◆ 一级：世界有黑暗，也有光明；
- ◆ 二级：黑暗能够转化为光明；
- ◆ 三级：不论黑暗和光明都能够充实我的人生。





- ◆ 你不能左右天气，但能够变化心情；
- ◆ 你不能变化容貌，但能够呈现笑容；
- ◆ 你不能样样胜利，但能够事事竭力。

# 3、电话约访

- ◆ (1) 必要性
- ◆ 客户不在，成果挥霍时间
- ◆ 与客户工作发生冲突，成果引起反感
- ◆ 冒昧前往，让客户感到不礼貌
- ◆ 给客户一种提前量，爱好点或心理准备
- ◆ 信函资料可做一种预先沟通

## 2、电话约访前的准备



- ◆ 放松、微笑
- ◆ 赤诚
- ◆ 名单、号码
- ◆ 台词练习
- ◆ 台词、拒绝话术



# 电话约访

- ◆ 目的：争取面谈
- ◆ 流程：自我介绍（简朴）  
↓
- ◆ 会面理由（好奇开场）  
↓
- ◆ 二择一法（委婉坚决）  
↓
- ◆ 拒绝处（进退自如）  
↓
- ◆ 二择一会面（屡次要求）

### 3、电话约访

- ◆ 很忙，没时间
- ◆ 临时不需要
- ◆ 有老关系提供
- ◆ 对你们不了解
- ◆ 考虑考虑，研究研究再说
- ◆ 先看资料传真，看看



# 拒绝处理方式

认同+赞美+转移+反问

# 认同语型

- ◆ 那很好啊！
- ◆ 那没关系！
- ◆ 你说得很有道理！
- ◆ 这个问题问得很好！
- ◆ 我能了解你的意思！



# 赞美语型

- ◆ 像你这么.....
- ◆ 看得出来.....
- ◆ 真不简朴.....
- ◆ 向您请教.....
- ◆ 据说您.....



# 转移语型

- ◆ 你的意思是——还是——（分解主题）
- ◆ 这说 —— 只是 ——（偷换概念）
- ◆ 其实实际 ——（阐明举例）
- ◆ 所以说 ——（顺势）
- ◆ 假如 ——（归谬）

# 反问语

- ◆ 您觉得怎么样（以为
- ◆ 假如……是不是呢？
- ◆ 不懂得（不晓得）……？
- ◆ 您懂得为何吗？
- ◆ 不是吗（可不是吗）？



# 练习

- ◆ 我们与客户会面的充分理由是什么？
- ◆ 编写出电话约访台词？
- ◆ 怎样处理电话约访的拒绝问题？





# 信任度、忠诚度

- ◆ 没有对错
- ◆ 一样的产品、质量、价格，差不多的企业品牌（无差别化），为何买你的，不买他的呢？
- ◆ 信任度——忠诚度

# 1、二八定律和第一印象

- ◆ 购置冲动80%受人情绪影响
- ◆ 80%的购置是因为信任营销员，而不是因为企业产品价格和价格。老客户会所以不怕麻烦。

# 第一印象的五分钟

- ◆ 首晕效应                      晕轮
  - ◆ 一见钟情                      爱屋及乌
  - ◆ 刻板印象                      疑人偷斧
- 
- ◆ 问题：主观看法虽然有偏见、不公正、可是人人都是这么

# 发明良好的第一印象

- ◆ 衣饰
- ◆ 举止
- ◆ 交谈
- ◆ 资料
- ◆ 其他



# 开场方式

- ◆ 1、赞美
- ◆ 2、诉诸自我（得意）
- ◆ 3、引起好奇心
- ◆ 4、表演/表演
- ◆ 5、引证
- ◆ 6、惊异的论述
- ◆ 7、发问
- ◆ 8、提供服务
- ◆ 9、提议创意



# 主要技能——赞美

- ◆ 内容肯定，认同，肯定，欣赏
- ◆ 详细，细节，引觉得自豪
- ◆ 随时随地，见缝插针
- ◆ 交浅不熟深，只赞美不提议
- ◆ 防止争议性的话题
- ◆ 先处理心情，再处理事情



# 怎样增强信任感

- ◆ 使自己职业化
- ◆ 把自己专业化



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/556035000210010230>