

大客户商务谈判与催款技巧训练

【课程背景】

一、大客户销售之催收货款

货卖出去了，钱收不回来；首付款收了，尾款却迟迟不给；既要应收款，又要不伤害双方的关系……诸如此类的问题，业务员头痛，企业更头痛。

要降低应收款，首先要了解应收款产生的原因，有些是因为客户，有些是因为环境，有些则与我们的销售行为相关。从原因着手，有的放矢，才能提高催收货款的效率，同时避免伤害客户关系。

把握了客户心理、客户内部关系和流程，才能选择切入点，采取相应的策略。

许多销售人员恰恰是不了解客户，错过了要款的最佳时机；也缺乏恰当的理由，不能够说服客户；更欠缺要款的手段，常常被动应战，收效甚微。

催收货款，不仅涉及到销售技巧问题，内部账期的管理、合同风险控制、销售前期的客户关系公关等，都与此相关。催收货款应该从事前预防，事中控制，事后管理等多管齐下。如果是简单的追账，难以很好的解决问题。

二、大客户销售之商务谈判

博弈之复杂，变化多端，其妙无穷，更让许多人左右为难。

对于销售人员来讲，博弈技巧是最后，也是最高的“武功”修炼环节。因为它涉及到透视人性最“隐秘”的内在，掌握心理较量和多层面的竞合，更需要站在一个高度，和客户化同存异，博取真正的双赢结局。

【课程对象】 大客户销售经理

【课程时间】 3 天 18 小时

【授课方式】 理论+案例+视频+演练

【课程大纲】

第一讲 大客户销售之催收货款

一、应收款形成原因

1、合同的 3 大法律风险

1.1 产品风险

1.2 商务风险

1.3 支付条款风险

2、客户方拖欠货款障碍分析

2.1 付款流程不畅

2.1 预算不到位

2.3 财务部门的绩效管理

2.4 客户方付款排序

2.5 客户方现金流断裂

2.6 拖欠习惯

2.7 我方催收不当

2.8 催收的态度软弱

2.9 催收的理由不充分

2.10 票据交换过失

2.11 不可抗拒的原因

2.12 客户的产业环境恶化

2.13 客户方进入破产清算程序

2.14 自然灾害影响

2.15 突发性社会事件影响

2.16 政治因素

二、销售账期管理与绩效考核

1、销售账期管理的意义

1.1 事前预防

1.2 事中控制

1.3 事后管理

2、销售账期管理的操作方法

2.1 账期管理表格

2.2 账期管理的滚动式跟踪

2.3 与账期管理配套的绩效考核

3、应收账款考核的要点

3.1 正激励制度

3.2 负激励制度

3.3 如何减少合同尾款

三、降低应收款的公关策略

1、客户方付款关系人

2、销售期间的公关策略

3、客户关系梳理

4、客户关系公关的时间和方式

5、请客：钱要花在刀刃上

6、送礼：价值比贵更重要

7、客户方付款要素的询问技巧

7.1 询问付款流程

7.2 侦探付款的习惯

7.3 了解客户方的财务“内幕”

7.4 客户关系的判断

四、催收货款的技巧

1、催收货款的 3 大策略

1.1 动之以情

1.1.1 如何向客户示弱

1.1.2 如何向客户施加压力

1.1.3 如何用情感动客户

1.2 晓之以理

1.2.1 说服客户的理由

1.2.3 表达理由的方式和话术

1.3 诉诸法律

1.3.1 呆账死账警报

1.3.2 诉诸法律的成本控制

1.3.3 诉诸法律的程序策略

1.3.4 诉讼策略

1.3.5 催收货款的时间节奏把握

1.3.6 要钱不伤情的沟通要点

1.3.7 如何才能做到要钱不伤情

1.3.8 柔性催款的沟通技巧

第二讲 大客户销售之商务谈判

五、谈判基础理论

案例：分橘子，深入沟通，两人各有所得……

1、什么是谈判

1.1 谈判的基本定义

1.2 谈判的 5 个核心要素

1.3 商务谈判成功的标准

1.4 谈判沟通要领

2、谈判的 5 大误区

3、谈判沟通的 7 大要诀

六、谈判流程

1、产品类谈判程序

2、项目类谈判的三个阶段

2.1 客户探测阶段的谈判对策

2.2 客户造预算阶段的谈判对策

2.3 购买阶段的谈判对策

3、谈判前的准备工作

3.1 谈判小组的组建

3.2 开局前必须确定的 6 个事项

3.3 谈判目标的 3 个层次

演练：谈判开局前，双方的准备工作……

七、谈判的环境与气氛

1、影响谈判的环境因素

2、如何选择谈判时机

2.1 抢占先机

2.2 踩准时点

2.3 准点行动

2.4 争取吉时

3、哪些谈判地点对我方更有利

4、如何安排谈判出场人员

5、谈判对局模式

6、商务谈判的礼仪规则

7、以一个口径对外

8、营造良好的谈判气氛

案例：姜先生如何保证合同签字的成功率

八、谈判心理的把握

案例：涉及钓鱼岛问题，日本野田佳彦如何敢说出动用自卫队

1、客户的谈判满足感

2、谈判的心理目标

3、哪些因素影响了客户的谈判满足感

如何提升客户的谈判满足感

4、客户的谈判压力心理

4.1 谈判压力曲线

4.2 谈判压力心理分析

4.3 谈判对象的个性分析

5、沟通工具对谈判心理的影响

5.1 销售者的谈判心理控制

5.2 销售者的谈判心理陷阱

5.3 谈判者的心理暗示

九、评估谈判筹码

案例：吴长江逼退施耐德……

1、评估谈判双方的筹码

1.1 什么是谈判中的“底牌”

1.2 什么是谈判筹码

1.3 评估谈判双方筹码的方法

2、分析竞争态势

2.1 如何掀开对手的“底牌”

2.2 如何变换、增加筹码

十、谈判策略与价格谈判技巧

致胜谈判的 8 大策略

1、诱敌深入：提高对方的退出成本

2、渔翁得利：利用买方竞争

3、步步为营：设定限制，阻止对方进攻

4、声东击西：转移议题和注意力

5、欲擒故纵：放长线，钓大鱼

6、以软化硬：向客户示弱，争取合作机会

7、红脸白脸：提高对方满足感，从而不再进攻

8、疲劳战术：延长谈判时间，促使让步

案例：小李面对老客户直来直去，却没有得到好报……

9、报价策略

10、报价前的防御点设定

11、报价的方法

案例：威尔逊公司的水处理项目谈判

12、价格谈判技巧

13、如何试探对手

14、让价策略

15、机动防守谈判阵地

16、客户进攻的 8 个假动作

17、不要进入客户预设的战场

18、如何守住谈判阵地

谈判收官：果断签约

分组讨论：小李的订单做，还是不做？

第三讲：礼仪与个人魅力——人生的必修课

一、礼仪内涵进一步认识

1、礼仪的含义及礼仪三要素

2、礼由心生将礼仪成为自己内心的一份修养

二、现代拜访礼仪原则：遵守、自律、敬人、宽容、平等、互尊、适度

三、东西方礼仪的区别

第四讲 科学管理完美形象与品位提升——魅力形象量身打造

一、形象的构成要素、传达的信息及作用

1、首轮效应的作用

2、商务形象构成的要素

3、我们就是企业的金牌代言人

二、科学管理完美形象之----体态语言管理

1、站姿——挺拔端庄：女士站姿及训练、男士站姿训练

2、坐姿——娴静大方：女士坐姿及训练、男士坐姿训练

3、走姿——轻盈稳重：如何训练？姿式、步距与速度

4、手势——优雅明确：引领、指引的手势、手的语言

5、微笑——明朗真诚：八颗牙的训练、眼形笑和眼神笑；未语三分笑，礼数

已先到

6、眼神——眼随心到、从注视区域辨关系

7、距离——安全有度：四种距离的概念

三、科学管理完美形象之----商务服饰礼仪

1、服饰写满社会符号----让外表帮助你成功建立社交圈子

2、你的服饰告诉了所有人你是谁

3、商务精英男士正式场合服装

3.1 国际上男士西装的分类与分别适合的人群

3.2 西装的颜色、款式和质地与身份、场合的搭配

3.3 商务精英出席社交场合服饰的基本要求

4、了解自己的肤色、脸型、体型

5、带一支上乘的笔

6、不要让鞋子出卖了你

7、男士穿西装的原则

8、选定合适的礼服和佩饰

第五讲：五招维护老客户

一、价值维护法

1、提供差异化产品

2、超值服务

3、顾问式服务

二、追踪维护法

1、信息更新

2、表达感谢

3、征求意见

4、根据客户的经营活动，安排追踪活动

5、联谊活动

三、需求维护法

四、事件维护法

五、文化感召法