

客户关系拓展与销售项目运作

课程大纲：

一、区域市场策划，发现机会点

1. 通过区域市场策划赢得市场
2. 研究与选择目标市场
3. 市场营销策划逻辑程序分析
4. 市场策划的战略三角形
5. 战略用户与价值用户的甄别
6. 发现市场机会的 12 种渠道
7. 细分市场的常用策略
8. 选择最有吸引力的细分市场
9. 区域市场目标要具“狼”性
10. 区域营销策划必须解决的两个重要问题
11. 做哪些，不做那些？
12. 战略产品抢点布局
13. 常用营销策划报告的工具使用技巧

二、客户关系拓展，华为铁三角模式

1. 透彻了解和把握客户的需求
2. 收集客户资料并做组织分析
3. 个人需求与机构需求
4. 潜在需求与明确需求
5. 什么样的人能做一名出色的公关人？

6. 高层公关技巧
7. 如何做好新上任领导的工作
8. 难以接近的客户公关
9. 陪领导拜访
10. 陪同客户回公司考察
11. 陪同客户参观样板点，参加展览会
12. 初次见面的成功解决方案
13. 商务用餐
14. 和客户休闲
15. 家访技巧
16. 如何送礼

三、销售项目运作，关系搭台技术唱戏

1. 项目运作成功与失败的要素分析
2. 制定项目目标与策略，并分解为可执行的计划
3. 明确项目责任，团队作战
4. 通过多种手段，监控项目进展
5. 不同区域特点的产品商务策略
6. 如何了解客户的项目目标和愿望、问题和挑战
7. 如何探询客户的解决方案、采购指标
8. 制定正确的竞争策略，有效的呈现产品价值
9. 合理介绍产品的特点和益处
10. 产品介绍的基本技巧和要领

11. 如何帮助客户分析和诊断问题
12. 如何进行有效暗示，把机会变成销售项目
13. 竞争对手优劣势分析工具和步骤
14. 产品竞争策略制定方法演练（实战案例分析和工具运用演练）

四、海外市场拓展，少走弯路

1. 国际市场拓展与国内拓展最大的区别
2. 国际市场发展趋势
3. 开拓市场方式：从发展中国家做起，最终着眼欧美市场
4. 准备阶段：与客户联络的方式，获取项目信息的手段
5. 拓展阶段：建立根据地
6. 发展阶段：获取项目的三个途径
7. 持续发展阶段：形成多产品的持续规模销售