



# 大客户战略营销

## ——虎口夺单的擒贼擒王课

虎口夺食、与狼共舞，在寒冬中如何活着并活出自我

所有企业都倾尽全力地拓展，小心翼翼地维护

因为 80% 的利润都来自于 KA 大客户

决策者，关键人，影响者，使用者.....

复杂关系中如何精准寻机下嘴？

擒贼就必须保障擒得住王

哪怕招标也能成交

### 【课程优势】

全球 39 年经久不衰的经典教程，专门解决复杂销售中一定作到“擒贼必擒王”。2012 年雷同内容被搬上电视荧屏《浮沉》；已被“翻译”成《圈子圈套》和《输赢》等小说畅销至今。它实现了复杂销售中只以简单的模式实现长久的开拓与维护。

课程全程大型销售全案例演练、比赛，保障实践性烧脑效果。

### 【课程思路】



### 【适合人群】

营销副总裁、营销副总

大客户销售总监

大客户经理



## 李力刚

上海青年交流五四奖章获得者

快速谈判的传播者

超速识人的发明人

企业转型落地改革者

美大使馆三次特邀谈判专家

北大，清华大学各总裁班最受欢迎教授，  
中山大学时代华商十大名师；华中科技大学特  
聘兼职教授；搜狐营销谈判顾问及连续三届最  
佳人气讲师。系列课有：

### 力刚品牌课程：

谈事《谈判路线图》、《谈判博弈》

谈人《超速识人》

### 力刚配餐课程：

初级《顶尖销售六步曲》

高阶《大客户战略营销》

### 力刚配套工具：

《来战 APP 落地系统》

培训、文化、战略落地强力工具

### 加盟整合课程：企业顶层落地系统

战略《战略转型与模式创新》-刘老师

组织《组织发展与股权激励》-尚老师

运营《超速识人及战略运营》-李力刚

## 第一章：销售准备——绑上大的提升魅力

- ◇ 目标：锁定要什么，增强动力
- ◇ 资源：整合哪些资源才能增加实力
- ◇ 策略：如何设计才能变被动为主动
- 态度：如何从态度立场增强魅力
- 时间：如何摆脱大客户时间控制
- 地点：如何让客户来找我
- 人物：如何组团打遍天下
- 方法：十大开发策略

案例：张总监 500 亿救火

工具：销售准备工具箱

模型：兵法模型

## 第二章：建立亲和——卖掉自己培养线人

大型复杂销售案例（略）

- ◇ 如何绘清客户的决策链
- 谁是最最终用户？
- 谁是谁的上级？
- 最终谁说了算？
- ◇ 如何进入决策链
- 从谁亲近才最快？
- 从什么途径寻找？
- 拿什么亲近此人？

案例：偶遇成就华东第一

工具：开拓线人的绝招儿

模型：信息决策模型

## 第三章：激发需求——快速激发渴望的绝招

- ◇ 如何激发个人需求



#### 谈判项目

苹果某供应商谈判总顾问  
美大使馆合作谈判项目  
台湾裕隆华晨汽车集团谈判  
30 亿火电厂投资合作谈判  
页岩气平台 2 亿转让谈判  
东风汽车 5000 万出口谈判  
诸多公司合作及催债谈判

#### 落地咨询

宁波力隆《运营绩效优化》

#### 典型客户

阿里巴巴 28 次、创维 30 次  
海尔 5 次、红星美凯龙 30 次  
搜狐 10 次、移动、联通、网通、  
各大银行常年合作。

使用者的痛点

影响者的痛点

决策者的痛点

#### ◇ 如何激发企业需求

用客户激发的绝技

用竞争激发的绝技

用战略激发的绝技

案例：张总需求绝非企业需求

工具：勾魂大法

模型：个人和企业需求模型

### 第四章：呈现方案——塑造超越期望的价值

#### ◇ 个人的药

职位与职类的满意方案

性格与偏好的满意方案

状态与变化的满意方案

#### ◇ 企业的药

如何设计打动人心的方案

选择谁来呈现

什么方式呈现能立竿见影

#### ◇ 招投标方案制定及报价策略

案例：一场会议的前前后后

工具：价值塑造工具箱

模型：会销系统模型

### 第五章：异常处理——化解矛盾防患于未然

#### ◇ 个人异常：

漏掉了关键人物怎么办？

关键人物未拜访怎么办？

出现新关键人物怎么办？

◇ 企业异常

应对不确定问题发生

应对客户组织已重组

应对重大竞争的出现

案例：董事长回国以后

工具：客户维系监控清单

模型：企业决策模型

**第六章：成交满意——让对方着急的成交术**

◇ 漏斗管理

高温客户如何迅速成交？

中温客户如何团体加热？

低温客户做好时间管理！

◇ 满意维护

大额客户如何避免恶性竞争？

中额客户如何做到量价齐升？

小额客户如何做到事半功倍？

案例：从一个池塘到一个海洋

工具：客户维护技巧

模型：满意模型

**补充：帐款回收——应收款纯谈判回收术**

◇ 确实缺钱的回款必杀技

◇ 异议拒付的回款必杀技

◇ 有钱赖帐的回款必杀技