

大客户营销

客户经理实战四步法

看准客户 · 建立信任 · 挖准需求 · 促成大单

主讲人：赵海河老师

授课对象：客户经理 | 课程时长：90 分钟（可扩展）

目录

01

客户认知

大客户为什么值得重仓

02

关系建立

先被信任，才有生意

03

需求挖掘

问对问题，单子成一半

04

方案成交

把价值讲清楚，把单子签下来

05

工具与行动

课后直接带走、直接开干

01

客户认知

大客户为什么值得重仓

本章核心：用三维标准判定大客户，按 A/B/C 分级投放资源

一个客户值不值得重仓，看三个维度：

采购金额

年采购额 / 客单价
与持续采购频次

规模维度

战略价值

行业背书 / 标杆效应
带动上下游机会

价值维度

决策复杂度

决策链长、周期长
一旦锁定难被替代

壁垒维度

判断口诀：金额大 × 价值高 × 链条长 = 重仓客户。三者至少占其二，才值得按“大客户”打法经营。

不是所有客户都值得平均用力

A 级客户 20% → 贡献利润 80%

B/C 级客户 80% → 贡献利润 20%

图：客户利润贡献分布

资源投放原则

- 1 A 级客户：总监级亲自跟进，周拜访
- 2 B 级客户：客户经理主管维护，双周触点
- 3 C 级客户：数字化触达 + 批量培育

02

关系建立

先被信任，才有生意

本章核心：掌握信任公式，用拜访 4 步法推进关系

$$\text{信任} = (\text{专业度} \times \text{可靠度} \times \text{亲近度}) \div \text{自我导向}$$

分子越大越信任，分母越大越防备

专业度

懂行业、懂业务
能给出内行建议

可靠度

说到做到
承诺及时兑现

亲近度

情绪价值
私人化关怀

自我导向 ↓

少一点 “想签单”
多一点 “为你算账”

口诀：先给价值，再谈成交。客户越觉得你在帮他算账，越信任你。



拜访前 3 件事：背景调研 → 议题清单 → 价值预埋

拜访后 24 小时内：发纪要、兑现承诺、约下一步——这是可靠度加分项。

03

需求挖掘

问对问题，单子成一半

本章核心：用 SPIN 挖出隐性需求，给客户算清投入产出

S 背景问题 了解现状	“目前这块业务怎么运作的？”	不问废话，快速建立背景
P 难点问题 放大痛点	“最让您头疼的是什么？”	找到问题所在
I 暗示问题 后果推演	“不解决，一年损失多少？”	让客户自己着急
N 需求回报 价值收益	“如果解决了，能省多少？”	让客户自己说服自己

显性需求（说出口的）

- “价格能便宜点”
- “我们想上一套新系统”
- “今年要降本 20%”

按字面回应 → 只能拼价格

隐性需求（没说出口的）

- 怕买贵、怕担责、怕选错
- 想借你给老板一个交代
- 追问才能拿到 → 是增值空间

挖得深的人，才有定价权

记住：显性需求决定门槛，隐性需求决定溢价。

04

方案成交

把价值讲清楚，把单子签下来

本章核心：用 FABE 讲价值、3 步法化解异议、稳稳推进成交

F 特征

产品是什么

“我们提供 AI 课程开发系统”

A 优势

比竞品好在哪

“一次生成七件套，全流程自动化”

B 利益

对客户有什么用

“课程产出时间从 3 天缩到 1 小时”

E 证据

凭什么相信

“674 位讲师在用，2,600+ 课件产出”

串起来讲：我们提供的（F）比对手（A）能帮您（B），这是证据（E）。

客户说“太贵了 / 没预算 / 再想想”时：

STEP 1

认同

先接住情绪

“理解，预算确实要慎重”

STEP 2

澄清

弄清贵在哪

“方便说说，是和什么比？”

STEP 3

转价值

回到利益

“省下的时间/多赚的单值多少？”

价格谈判：先锚定标准价，再有节奏让步；每次让步都换一个对等承诺（数量/期限/付款）。

强成交信号

- 主动问付款方式 / 交付周期
- 索要合同细节 / 发票信息
- 开始内部 “算自己的账”
- 问 “还有哪些客户在用”

临门一脚话术

“如果今天定下来，我们按这个方案准备合同，您看可以吗？”

二选一：“付款周期按月还是按季？”

给理由：“月底前定单，可锁定本季名额/赠品。”

成交后 7 天：交付反馈 → 使用跟进 → 转介绍邀约，把单次成交变成复利。

背景：客户经理小王跟了 3 个月的制造业大客户，卡在“价格高、再看看”

破局三件事：

- ① 画决策链地图 → 发现从未接触真正决策人
- ② SPIN 提问 → “旺季交付延迟，一个月损失多少？”
- ③ 书面需求确认 → 方案讲价值，不讲价格

结果：两周后签下全年 120 万框架协议。产品没变、价格没变，变的是打法。

启示：大客户营销卖的不是产品，是“客户自己的账”。

工具 1 · 客户档案表

一客一册记录全局

工具 2 · 拜访记录表

会后 24h 同步

工具 3 · 商机评估表

BANT 四要素打分

工具 4 · 方案书模板

7 模块标准化

工具 5 · 报价单模板

折扣阶梯有原则

工具 6 · 复盘表

赢输单 48h 复盘

随课附赠：《大客户营销》完整工具包（DOCX 可编辑版）

课程总结

四步闭环，把大单做稳做长

认客户

三维判定 · 二八定律

商机地图

建关系

信任公式 · 4 步法

角色全覆盖

挖需求

SPIN · 显隐性

价值量化

促成交

FABE · 异议3步

临门一脚

方法可复制 · 工具可带走 · 结果可复盘

① 客户分级

把手头客户按 A/B/C 分级
圈出你的 TOP 3 A 级客户

② 决策链地图

给其中一个客户画决策链
标出尚未覆盖的关键角色

③ SPIN 三问

下次拜访至少挖出 3 个
客户没说出口的需求

30 天后带着实战复盘回来，我们看数据说话。

一句成课™ · 让每一位讲师都能快速做出好课

感谢聆听

让每一次开口，都离成交更近一步

一句成课™ AI 讲师赋能系统

www.houxindeyu.com