

零售業 《能力標準說明》 能力單元

「市場營銷管理」職能範疇

名稱	應用針對大客戶的營銷技巧與談判策略
編號	107283L4
應用範圍	運用特定的營銷方法，與大客戶（即對該企業產品或服務消費頻率高、消費量大、客戶利潤率高而對企業經營業績能產生一定影響的客戶）建立良好的、開放的、信任的、相互合作的、忠誠的伙伴關係。
級別	4
學分	12（僅供參考）
能力	<p>表現要求</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 瞭解影響大客戶購買決策的因素 <ul style="list-style-type: none"> ● 購買的重要性與迫切程度 ● 購買金額 ● 產品的技術含量 ● 客戶組織中的人際關係 ● 組織中的利益糾紛 ● 客戶購買決策的程序 ● 個人利益與組織利益的協調 ● 各參與者的權力與影響力 ● 銷售員的推動力度 2. 分析三種企業客戶形態的特徵，並制定對策 <ul style="list-style-type: none"> ● 交易型銷售特徵與對策 <ul style="list-style-type: none"> ● 特性：標準項目、非常清楚、很容易取代 ● 客戶雙方的關係：買賣、對立 ● 客戶內部採購流程中那一個更重要：由決定至達成交易 ● 對待銷售人員的態度：不僅是傳遞產品的工具 ● 大客戶關心點或決策考慮點：價格、取得的方便性、反應速度 ● 銷售成功的關鍵：與決策者會面 ● 附加價值型銷售特徵與對策 <ul style="list-style-type: none"> ● 特性：有區別，度身定做 ● 客戶雙方的關係：利益基礎，客戶以顧問形式合作 ● 時間特性：採購流程 ● 銷售特質：解決問題為主 ● 客戶關心點或決策考慮點：問題的嚴重性，是否符合需求，價格與績效比較 ● 銷售成功的關鍵：與影響者會面 ● 戰略夥伴型銷售特徵與對策 <ul style="list-style-type: none"> ● 特性：差異化的戰略互補 ● 客戶雙方的關係：戰略夥伴的合作 ● 時間特性：資本融合、股份合作、利益共享 ● 銷售特質：團隊銷售為主 ● 大客戶關心點或決策考慮點：戰略性 ● 銷售成功的關鍵：高層互訪 3. 發展及管理與大客戶之關係 <ul style="list-style-type: none"> ● 清楚客戶企業的組織結構 ● 建立項目客戶關係評估分析圖 <ul style="list-style-type: none"> ● 項目決策人、部門對項目的作用、目前的關係、影響項目的比重 4. 引導與分析大客戶需求 <ul style="list-style-type: none"> ● 提問的技巧：5W2H <ul style="list-style-type: none"> ● 何人 (Who) ● 何物 (What) ● 何地 (Where) ● 何時 (When) ● 為何 (Why) ● 如何 (How To) ● 多少 (How Much) ● 問題的種類：開放式和封閉式 ● 漏斗式提問 ● SPIN銷售技巧

零售業 《能力標準說明》 能力單元

「市場營銷管理」職能範疇

能力	<p>5. 瞭解大客戶項目的流程</p> <ul style="list-style-type: none">● 銷售成功與失敗的信號● 項目典型的進展● 項目暫時中斷 <p>6. 展示專業能力</p> <ul style="list-style-type: none">● 確保營銷技巧與談判策略能滿足大客戶的需求和期望，使企業能穩健增長，更避免因大客戶的流失而招致重大損失
評核指引	<p>此能力單元的綜合成效要求為：</p> <ul style="list-style-type: none">● 能夠掌握影響大客戶購買決策的因素● 能夠分析三種不同企業形態的客戶特徵，並能制定對策● 能夠發展及管理與大客戶之關係● 能夠明白大客戶項目的流程
備註	