

## “小角色”的力量

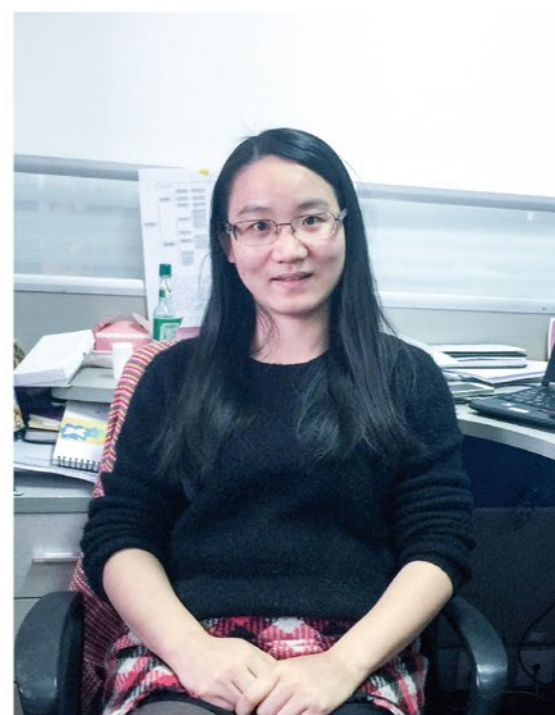
华南广东大客户  
区域经理 傅雪莲



A客户是全球前三的某行业龙头企业，电子采购额达十几亿。我是在一次去东莞拜访客户的路上看到的A公司。A公司占地面积非常广，让我感慨于公司规模之巨。网上一查，发现它正是我们的目标客户。

通过各种渠道查找A公司信息之后，终于从一个朋友的朋友那里辗转要到了采购经理的电话，更让我欣喜的是，A公司用MSP430。最初，联系采购经理时，对方还肯接电话应付几句，并表示公司都是找原厂支持，工厂也不直接采购而是由CM（A公司的PCBA加工厂）采购。几通电话后不仅未见起色，反而招致对方反感，再打电话过去会直接被挂断，更不用谈见面了。结果让人心灰意冷。

拿到采购经理电话不久，我又拿到A公司一个CM厂工程师的电话。因代工厂的工程师不开发具体产品，主要负责解决导入产品生产过程中的各种问题，看起来和我们没有任何关系，所以一直没有联系。毕竟在很多销售看来这个工程师是无关系要的“小角色”。后来偶然去A公司附近的公司拜访客户，我抱着试一试的态度约工程师见面，工程师欣然接受。通过交谈得知，他们公司作为一个OEM厂，利润越来越低，也想ODM一些电工工具相关产品，工程师也想了解这方面的知识。而我们公司有现成的电机驱动方案，有强大的技术实力，很快得到工程师的认可。通过工程师我们也了解到，A公



司确实自己不采购产品，都是由CM厂直接采购，但是A公司的采购会和原厂谈价格并指定CM厂去哪家购买。

此后，我会经常发一些技术资料给工程师，邀请他参加研讨会，并经常在社交软件上关心工程师，节假日的时候也会送节日的礼品，渐渐地和工程师变得熟络。某次工程师周末来深圳玩，我主动接送工程师，工程师当天晚上就约了他们公司的采购一起吃饭，并在吃饭过程中大力推荐我们公司。采购第二天就发了一些430的料给我们报价，430我们不能说有100%优势，80%是有的，只要发430给我们就说明成功了一半。我们的报价得到了采购的认可。A公司AI产品有好几家供应商，采购经理（香港人）一直要求缩减供应商，很难搞定，但是通过工程师和采购的帮助，我们还是进入了供应商体系，拿到一年300-500W的业绩。

通过CM厂工程师我们还认识了A公司的工程师，A公司的工程师又把我们介绍给了其他几家CM公司。A公司是CM

公司的客户，所以通过A公司介绍事半功倍，我们很快进入其他几家CM公司的供应商系统。我们在A公司的CM厂业绩达到1000w+，而且我们也在A公司的产品中成功DIN、DWIN产品，后续业绩至少也是1000w+。

虽然这个工程师是一般意义上的“小角色”，但是没有他我们肯定做不进A客户，所以非常感谢他。销售人员往往会根据职位来判断重视程度，而忽视了小角色。但是很多情况下，不起眼的小角色却是重要信息源，成为你的“顺风耳”、“千里眼”；小角色也许转身就一飞冲天，成为重要角色！很典型的例子，超级大客户OPPO，有些五六年前做PM3PM4的工程师，已经是副总。我们能在OPPO中取得这么喜人的业绩，这些曾经的工程师给了我们很大帮助。

总而言之，销售过程中各种技巧很重要，但最重要的还是我们销售人员的品德和服务，以及公司产品的客户认可度。销售要用诚实、细心、执着的品德取得客户信任，用“急客户所急、想客户所想”的服务态度取得客户认可；公司产品要给客户带来比竞争对手更高的性价比、更好的技术支持。唯有如此，我们与客户的合作方能长久。