

《政企客户经理营销技能提升》

【授课时长】

实战版 4 天，浓缩版 2 天

【授课对象】

客户经理

【课程大纲】

(领导开训:强调训练的意义和纪律)

导言、关于学习的效率及学习方法分析

头脑风暴：您碰到哪些关于授课难题？例如：如何开发新客户？如何策反他行客户？如何管理客户关系？每人提出自己工作中的难题，老师将这些难题作为案例在整个课程中巧妙地穿插、分析、示范指导。

第一章、全方位解决方案推广的营销策略（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

一、营销的两个关键

二、全方位解决方案推广的营销策略

(一) 关系营销策略

(二) 关键人物策略

(三) 资源整合策略

(四) 海量营销策略

(五) 体验营销策略

(六) 技术壁垒策略

(七) 网络营销策略

(八) 团队配合策略

(九) 攻心为上策略

(十) 主动出击策略

(十一) 战略合作策略

(十二) 专家指导策略

三、低成本海量营销策略

(一) 百度

(二) 网络数据库

(三) QQ

(四) 微博

(五) 博客

(六) 论坛

(七) 事件营销

(八) 短信

(九) 邮件

模拟演练、点评分析

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第二章、目标客户识别与沟通接近技巧（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

一、目标客户 MAN 法则

(一) 金钱

(二) 需要

(三) 权利

二、客户挖掘与识别的四大途径

(一) 缘故法

(二) 社交法

(三) 网络法

(四) 转介绍法

三、客户关系培养的方式与技巧

四、客户沟通技巧

(一) 影响沟通效果的因素分析

(二) 营造沟通氛围

(三) 沟通六件宝

(四) 深入对方情境

(五) 高效引导技巧

(六) 三明治法则

(七) 高效沟通六步曲

(八) 沟通礼仪与技巧

模拟演练、点评分析

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第三章、政企客户关系营建与需求深度挖掘技巧（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

一、判断谁是关键性人物

(一) 职位高低

(二) 性格特征

(三) 职业对应

(四) 威望指数

(五) 专业知识

二、客户关系的 6 个阶段

(一) 认识

(二) 好感

(三) 信赖

(四) 同盟

(五) 合作

(六) 深度捆绑

三、客户档案建立与完善技巧

(一) 客户汇总表

(二) 重点客户详细档案表

(三) 重点企业客户详细档案表

四、集团客户需求引导与制造技巧

- (一) 入门版：直接陈述引导
- (二) 初级版：提问引导技巧
- (三) 中级版：制造痛苦引导技巧
- (四) 高级版：SPIN 技巧
- (五) 最佳版：经典高效引导技巧

五、营建客户关系的技巧与礼仪

- (一) 全员服务客户
- (二) 现代客户关怀工具的使用技巧与礼仪
- (三) 与客户礼尚往来技巧与礼仪
- (四) 沟通频率与质量
- (五) 敢于表达意愿
- (六) 利益满足
- (七) 精神情感满足
- (八) 替代性地满足核心需求（解决核心问题）
- (九) 事业发展满足
- (十) 巧妙诉苦策略
- (十一) 唯一的依靠

六、客户深度开发策略

- (一) 比竞争对手服务好
- (二) 业务深度捆绑
- (三) 资金深度捆绑
- (四) 情感培养（关系营建）
- (五) 战略联盟

七、超越客户满意的三种技巧

- (一) 提高服务品质
- (二) 巧妙地降低客户期望值
- (三) 精神情感层面满足

模拟演练、点评分析

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第四章、电信业务营销方案呈现技巧（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

一、产品呈现的三大法宝

- (一) 视觉营销法
- (二) 体验营销法
- (三) 利弊分析法

二、一些企业的成功经验

三、如何呈现产品，让客户觉得超值？

- (一) 3G 手机方案设计
- (二) 移动办公 OA 之营销方案设计
- (三) 视频监控之营销方案设计
- (四) 应急通信之营销方案设计
- (五) 固话之营销方案设计
- (六) 视频会议之营销方案设计

四、当竞争对手产品品牌优势、赠品更多时，我们该如何呈现产品更有利？

五、如何让客户高层体验并认同我司信息化产品？

- (一) 介绍核心收益
- (二) 体验核心功能
- (三) 教支持者体验产品
- (四) 教关键人物体验产品
- (五) 获得关键人物支持

模拟演练、点评分析

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第五章、异议处理、商务谈判与促成技巧（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

一、客户想争取更多优惠的谈判技巧

- (一) 利益交换法
- (二) 双方共赢法
- (三) 巧妙诉苦法
- (四) 上级权力法
- (五) 利弊分析法
- (六) 小幅递减法
- (七) 三明治法
- (八) 替代方案法
- (九) 费用：化整为零
- (十) 收益：聚沙成塔

二、异议处理与促成技巧

- (一) 假设成交促成法
- (二) 体验营销促成法
- (三) 步步为营促成法
- (四) 适度让步促成法
- (五) 利弊分析促成法
- (六) 请求成交促成法

三、异议处理流程

- (一) 三明治第一层：理解、肯定、赞美、感谢、关心、微笑
- (二) 三明治第二层：分析原因、解释原因、询问、举例说明、提出替代解决方案
- (三) 三明治第二层：促成客户接受
- (四) 三明治第二层：立即采取下一步行动
- (五) 三明治第三层：赞美、感谢、希望、微笑

四、异议应对及谈判实用 22 大策略

- (一) 资源整合策略
- (二) 同一战线策略
- (三) 攻心为上策略
- (四) 巧妙诉苦策略
- (五) 限时谈判策略
- (六) 丢车保帅策略
- (七) 上级权利策略
- (八) 利弊分析策略
- (九) 黑白脸配合策略
- (十) 威逼利诱策略

- (十一) 息事宁人策略
- (十二) 快刀斩乱麻策略
- (十三) 欲擒故纵策略
- (十四) 团队配合策略
- (十五) 情感拉拢策略
- (十六) 步步为营策略
- (十七) 先发制人策略
- (十八) 虚实结合策略
- (十九) 迂回曲折策略
- (二十) 疲惫战术策略
- (二十一) 最后通牒策略
- (二十二) 以柔克刚策略

五、优势谈判策略

- (一) 不开先例技巧
- (二) 同一战线技巧
- (三) 先苦后甜技巧
- (四) 限时谈判技巧
- (五) 上级权利技巧
- (六) 威逼利诱技巧

六、劣势谈判技巧

- (一) 资源整合技巧
- (二) 巧妙诉苦技巧
- (三) 攻心为上技巧
- (四) 疲惫战术技巧
- (五) 丢车保帅策略
- (六) 团队配合策略
- (七) 此消彼长的利弊分析策略
- (八) 感情拉拢策略
- (九) 农村包围城市策略
- (十) 步步为营策略
- (十一) 替代方案策略
- (十二) 虚实结合策略

模拟演练、点评分析

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第六章、综合情景演练（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

一、实例分析

二、模拟演练

课程结束：

- 一、重点知识回顾
- 二、互动：问与答
- 三、学员：学习总结与行动计划
- 四、企业领导：颁奖
- 五、企业领导：总结发言
- 六、合影：集体合影

