

大客户关系管理与维护提升

授课讲师：毕可敏

【课程大纲】

第一部分：大客户营销

第一单元 营销和营销技巧

营销的含义及其发展 营销技巧之客户心理学分析

销售分类与销售技巧（渠道营销、电话营销、陌拜、大客户营销）

客户关系管理与营销的关系

第二单元 什么是销售中的关系管理

客户关系管理能为企业带来什么 客户关系管理的含义

客户关系管理的内容 客户关系管理与营销的关系

了解客户是客户关系管理的开始

谁是我们的“客户”？如何收集客户资料

怎样判断谁是我们最优价值的客户 怎样对客户关系进行分类

第三单元 营建客户关系的

4大技巧

全员动员服务客户 现代客户关怀工具的使用

技巧沟通频率与质量 敢于表达意愿

第四单元 大客户的定义及其发展

大客户界定 80/20 原则

大客户特征 大客户的发展模型

通过供应商管理换位思考大客户发展

第五单元 客户深度开发技巧

客户重复营销技巧 客户交叉营销技巧

客户转介绍营销技巧

第六单元 客户差异化关系管理-深度策略

业务深度捆绑 情感深度捆绑 战略合作捆绑

第七单元、大客户关系管理的营销维护技巧

大客户营销四种角色公关 大客户营销的雷区提示

大客户营销之成交高于一切

电话销售、现场销售、陌生拜访、会务营销及关系营销

第八单元、有效的客户关系与沟通技巧

四种客户关系如何拓展

四大死党建立的关键

沟通的五个层次 克服沟通中的障碍 有效聆听技巧---解决客户反对意见

与不同类型客户沟通技巧 案

例分析：与高层领导建立关系成功的关键

第二部分：大客户维护与管理

第九单元 客户关系的维护 和客户建立什么样的关系

如何让客户感觉物超所值 怎样提高客户满意度、忠诚度

如何防止客户抱怨和客户流失

第十单元 客户关系管理中的现实问题分析

如何才能让客户感觉非常满意？

如何在客户满意度和服务成本之间寻求平衡？

如何确立最佳的服务水平？

第十一单元：客户资源管理

客户满意度和客户忠诚度 客户生命周期管理 客户关怀 流失管理与客户重获

客户忠诚度计划的设计与实施 客户异议处理

第十二单元、处理客户投诉

何谓客户投诉？ 客户投诉的动机和原因 客户对服务不满的反应

客户投诉对我们意味着什么？ 如何处理难缠无理的客户

有效处理投诉的技巧 处理电话抱怨的原则

案例分析：角色扮演：演练接待投诉的 CLEAR 技巧，抱怨客户变为忠诚客户的拿手好戏

第十三单元、提高客户服务满意度 什么是客户满意度？

客户满意度的具体指标 客户关注的服务价值 客户的流失的原因

客户流失带来的波浪反应

案例分析：客户满意度对 IBM 的颤动

第三部分：品牌维护与危机公关

第十四单元：服务品牌 优质的客户服务是最好的企业品牌

客户服务对于一个企业有什么意义？

如何建立有竞争力的客户关系管理体系？

只有出色的客户服务才会使你具有超强的竞争力 牢固树立服务品牌。

创造企业品牌 服务品牌是防止客户流失的最佳屏障

客户叛离是一种严重的传染病

客户叛离的最佳疗法--“以客户为中心”

第十五单元：危机公关处理技巧

危机公关处理步骤 危机公关策略 危机处理策略 危机公关细节

错误危机公关方式 危机公关方案策划与呈现 危机管理的商务谈判

危机公关处理利器 危机预防