

---

# 《卓越销售与客户关系管理》

主讲人：姬 涛

课程时间：2 天

课程背景：

“人人都想成为销售明星”这是每个销售人员的激励与梦想，也是每个销售人员的责任和目标，也是每个公司对销售人员的要求和期盼。为了实现所有销售人员的梦想，公司需要在销售人员成长的各个阶段，向他们提供不同的基本规范动作和标准行为的培训。

销售好比是一个最精美的艺术品只靠天马行空、灵感触动是不行的，还需要长期基本艺术规范的修炼以及多年艺术基础的培养，因此，成为一名优秀的销售明星的前提，就是要掌握这些“行规”。一次成功的推销不是一个偶然发生的故事，它是学习、计划以及一个销售代表的知识和技巧运用的结果。

一位业绩出色的销售代表说：“我们每一个销售顾问都需要严格的表演训练，在客户面前将即定的动作按照步骤展示出来，获得签单的可能性是相对确定的。”因此从某种程度上说，销售人员的基本规范培养将是保证公司销售成功率的基本条件，但是如何获得这些基本规范和法则呢？只有参加严格的训练才能使您的意愿皆有可能。

我国目前大多数企业“以客户为中心”的产品开发创新能力、服务水平、管理水平都远远达不到客户期许的要求，因为客户的知识水平越来越高，消费知识的普及，使客户对商家服务的鉴别评价能力也越来越强，我们服务机构如果缺乏持久的服务创新就很难满足客户不断变化的需求。

越来越多的企业已经意识到“服务营销”在今天激烈的“群雄混战”的市场竞争中所起到的决定性作用，企业明天的辉煌，取决于我们今天能否给客户提供优质全方位的客户服务；同时需要广大员工努力开拓思维，转变经营理念，努力变“商家导向”为“顾客导向”。

销售人员文化素质和业务素质偏低、专业水平较差、高层次服务人才匮乏一直是我国企业普遍存在的薄弱环节，因此在培训当中必须以提供高品质服务为基础，要培训销售人员养成好的服务习惯，包括：准时、言而有信、承诺要留有余地、做些分外的工作、给客户有选择的机会、把客户看作工作中最重要的部分等等。

在市场竞争中企业的技术、产品、营销策略等很容易被竞争对手模仿，服务是产生差异的主要手段；而服务策略、服务形式也是很容易被模仿的；只有服务中人的因素——代表企业形象和服务意识的每个员工所表现出来的思想、行为和意识才是不可模仿的。所以在我们的营销战略中，必须建立“以服务为导向”的营销价值观。

据美国哈佛大学对 2000 家以上的金融机构进行调研后发现：企业内部员工的满意度增加 20%，市场上客户满意度就会提升 5%，企业的利润就会增加 2.3%；所以金融机构的管理者要注意“内部服务”与“外部服务”的相对平衡，通过有效的激励机制鼓励员工做好外部客户服务也是此次训练要达成的目标之一。

课程收益：

此次培训通过系统地介绍优秀营销人员应该具备的基本素质，使营销人员的营销观念快速转变，增强全员竞争意识，逐步培养建立和运用正确的营销方法，使企业良好的营销策略得到正确的贯彻和执行，踏踏实实的做好销售和客户服务，增强业务人员的自信心和积极性，通过大量的案例分析让服务营销人员和对外公关人员掌握基本接待、服务礼仪和商务沟通技巧与营销技巧；学会大客户的公关技巧和卓越的客户关系管理，以此提升客户满意度与忠诚度促成企业销售业绩的全面提升。

---

## 课程大纲：

### 第一讲、销售人员应有的认知和从业观念

简单认识市场营销

市场导向下的优势营销与竞争

整合营销 4PS 向 4CS 和 4RS 的转变

销售人员的角色定位

销售人员的工作使命和工作职责

### 第二讲、充分的售前准备

销售人员必备的十八般工具

要了解你的客户，因为他们决定着你的业绩

成为自己所售产品方面的专家（顾客喜欢顾问式销售）

准时赴约意味着对客户的尊重（迟到是没有任何借口的）

修饰仪表建立良好的首印效应

### 第三讲、销售人员的沟通谈判技巧

何谓沟通

运用良好的语言艺术

与人建立亲和力

通过肢体语言的变化解读客户心灵密码

学会倾听，听出客户的弦外之音

### 第四讲、处理异议的策略技巧

有异议的顾客是好顾客

棘手的客户是销售代表最好的老师

推销失败的第一定律是：与客户争高低

处理异议的三大关键

没有命中靶子不能归咎于靶子，买卖不成也不是客户的过错

### 第五讲、把握销售成功的关键因素

不要卖产品，你卖的是客户心中潜在的需求

频繁启动顾客购买的关键按钮

打动他的心并不是脑袋，因为心离装钱包的口袋最近（由晋商之商所想到的）

了解顾客购买决策时的心理活动轨迹

明修栈道，暗度陈仓（促成良好的二次销售）

### 第六讲、成交——关系销售的开始

完成销售得到佣金，交到朋友可赚一生财富

销售前的奉承不如销售后的服务，后者才会永久地吸引客户

从顾客满意到顾客成功

从营销角度理解顾客服务战略

服务质量的五大差距模型分析

### 第七讲、卓越的客户关系管理

服务利润链的四大要素展示

什么是卓越的客户关系管理

客户服务的附加价值

如何设计客户资料卡

客户关系管理（CRM）模式的运用

如何赢得更多的潜在客户

---

— 总结回顾 —

**备注：**可以结合企业的行业特点和培训对象培训需求，制作一份企业针对性的培训方案。