
电信客户经理顾问式销售与客户关系管理

课程背景：

未经过训练的客户经理，他每天都在得罪电信的客户!未经过专业训练的客户经理做销售，就如同未经训练的士兵在打仗一样可怕。工欲善其事，必先利其器!电信客户经理门店终端如何提升门店‘顾客体验互动质量’是销售成交的关键!

如今电信客户经理商品已经不是“穿衣保暖”功能诉求的年代，消费者有了更多的选择、更多的个性化需要、更多的判别标准。

专业顾问式销售，也许很多人还不甚了解，简单来说就是以产品顾问、业务办理顾问的角色方式来销售电信商品。因此电信客户经理等销售人员可以做的不仅是简单的销售服务，而是专业的销售引导，如此才能最大化提升电信产品成交量和，并同时累计庞大有效的顾客资源!销售走到顶点，服务将超过销售，销售仅是把客户拿下，而服务才能把客户留下。让客户满意，提高客户的满意度，使得客户有好的口碑、企业和产品有好的品牌，从而使得客户有推荐和再购买的能力和行动才是我们企业销售的真正水平，才是企业的核心竞争力。

《电信客户经理顾问式销售与客户关系管理》课程就是探讨如何有效开发潜在客户资源，高效管理客户资源并充分利用客户资源。并在此基础上合理运营顾问式销售技巧促成产品销售，提升电信销售业绩。

课程定义：

顾问式销售作为一种销售模式，同时也是一门销售技术，它强调一种销售理念的更新，即从以产品推介为出发点的说服购买型转化为逐步向以帮助客户解决问题为出发点的咨询服务型，销售的效果也从达成单笔交易，转化为促成一系列的交易。

课程收益：

- 1、培养学员以顾客立场为出发点的顾问式导向模式；
- 2、掌握顾问式销售的精髓和技巧；
- 3、如何应对出现在销售过程中的各种客户异议；
- 4、学会运用顾问式销售技术提升产品的销售业绩；
- 5、了解如何搜集、整理、管理客户的信息；
- 6、了解当今最新管理思想，掌握企业最常用、最有效管理工具，提升管理技能。

课程时间：2天，6小时/天

授课对象：电信客户经理、大堂经理、柜台人员等

课程说明：此课纲为通用版，如果您有这方面的培训需求，请来电咨询，我们会根据您的需要有针对性的设计课程内容，帮您解决实际性的问题!

课程大纲：

第一讲：顾问式销售

一、顾问式销售的概念

- 1、顾问式销售定义
 - 2、顾问式销售发展过程
 - 3、与一般销售的差异
 - 4、顾问式销售几个重要概念
-

5、应用的基本方法

二、顾问式销售的基础

- 1、顾问式销售中客户为什么购买
- 2、成功实现顾问式销售的最基本前提
- 3、顾问式销售中的角色转变：从销售员到顾问

讨论：技术性产品(服务性产品、工业品)销售与普通商品销售的差别

三、顾问式销售中客户采购决策分析

- 1、正面需求与反面问题
- 2、客户购买决策的六大步骤
- 3、各阶段客户的关注点
- 4、客户采购团队中的角色分析

讨论：面对大客户坚持 FAB 销售技巧是否有效

四、客户实战分析工具

- 1、ABC 分类法
- 2、企业价值链模型
- 3、SWOT 分析
- 4、Porter 五因素分析
- 5、Boston/GE 矩阵
- 6、STP 分析

五、顾问式销售的四个阶段

- 1、销售自己
- 2、销售服务
- 3、销售方案
- 4、销售产品

六、顾问式销售的六大关键

- 1、准确地筛选客户
- 2、将方案与客户的痛苦(或成果)连接起来
- 3、擅用差异化
- 4、掌握客户的决策过程
- 5、向实权人物推销
- 6、向整个销售团队沟通战略计划

讨论：为什么销售人员的业绩差别那么大

七、顾问式销售的六大技巧

- 1、“挪”字当先赢得客户信任的技巧
- 2、建立和维护客户关系的技术
- 3、运用 SPIN“抓心”技巧
- 4、双赢谈判的技巧
- 5、获得客户购买承诺的技巧
- 6、应对拒绝和异议的技巧

讨论：如何在实践中改进我们的行为

八、管理客户关系及忠诚度

- 1、理解分析客户的定位和差异
 - 2、一揽子销售与量身定做的解决方案
 - 3、多层面销售：建立客户的人脉关系
 - 4、客户决策人员的把握
-

5、培养客户的满意度和忠诚度

第二讲：客户关系管理

一、客户关系管理的核心价值

- 1、客户关系管理能为企业带来什么
- 2、客户关系管理的含义
- 3、客户关系管理的内容
- 4、客户关系管理与企业经营管理的关系
- 5、客户关系管理与营销管理的关系

二、影响和制约企业实施客户关系管理的重要因素

- 1、全员客户关系管理的思想未能真正的统一
- 2、推动客户关系的系统性不够
- 3、客户数据、信息共享性不强准确度低
- 4、客户信息分析不到位
- 5、客户种类划分不够细
- 6、客户需求掌握、引导不够准
- 7、帮助客户提高价值的意识和能力不足
- 8、客户经理的管理方式不合适
- 9、服务创新、管理创新不够

三、客户关系管理中的现实问题分析

- 1、如何才能让客户感觉非常满意
- 2、如何区别客户满意度和客户忠诚度
- 3、如何确立最佳的客户服务系统
- 4、客户关系管理的推进步骤

四、如何提高企业客户关系管理能力

- 1、从哪些途径提升客户关系管理能力
- 2、客户关系管理能力和企业经营绩效之间的关系
- 3、提升企业客户关系管理能力的措施和方法

案例分享：客户关系管理实施

第三讲：新形势下的销售模式与客户发展

- 1、新环境下的销售模式需要进行重大变革
 - 2、从简单推销到顾问式销售——一种全新的销售模式
 - 3、从守株待兔到上山打猎——售前推广
 - 4、从独角戏到双人舞——售中推广
 - 5、从销售的终点到销售的起点——售后推广
 - 6、俱乐部服务——深化终端客户管理
-