
360°客户关系管理

课程背景

现代企业经营中市场的因素愈来愈占主要地位，以顾客为关注焦点已经成为企业经营的核心思想之一。关注顾客表现在许多方面，而且这些方面又不是孤立的，他们成为相互配合相互制约的完整体系。引进客户关系管理在所必然。企业必须建立一套科学系统的客户关系管理方法，以有效开发新客户、保留老客户。如何将客户关系管理的理念和方法，贯彻到企业的每一个流程，体现在员工的日常行为之中，是本课程的关注重点。

培训对象

董事长、总经理、市场总监、销售总监、客服总监、客服经理、CRM 主管等中高层管理者

课程收获

1. 深入了解客户关系管理的理论系统知识和基本理念。
2. 客户关系管理与公司发展战略。
3. 掌握实用有效的客户关系管理方法。
4. 按照什么标准对客户分类，进行差异化管理，实现最高投入产出比。
5. 了解企业为了开发潜在客户、深化现有客户关系、保留老客户，应该建立怎样的业务流程、采用什么样的有效方法以及利用哪些信息技术。
6. 了解 CRM 应用系统的设计思路，了解 CRM 系统的主要功能模块。
7. 在企业里实施客户关系管理，应该重点关注那些环节。

课程大纲

第一篇 全面认识客户关系管理及其意义和价值

第一单元 客户关系管理的真正含义是什么

1. 客户关系管理不仅仅是吃喝、送礼、拉关系
2. 客户关系管理的定义
3. 客户关系管理的本质
 - 1) 关系的本质在于价值的交换与对等
 - 2) 客户对于企业的价值及分类
 - 3) 企业对于客户的价值及分类
 - 4) 客户关系管理的核心在于客户价值识别与创造

第二单元 客户关系管理能为企业带来什么

1. 客户关系管理对提升企业核心竞争力的意义
2. 客户关系管理对支持企业高管人员经营、决策的价值
3. 客户关系管理对提升企业中层管理人员绩效的价值

4. 客户关系管理对提升企业基层（销售、客服、市场）人员绩效的价值

5. 客户关系管理目前在国内外应用发展状况

6. 客户关系管理在机械制造行业的应用情况

第三单元 客户关系管理的内容

1. 全员管理理念的更新和统一

2. 业务流程的优化

3. 信息化系统的部署与维护

4. 数据的收集与维护

第四单元 客户关系管理发挥作用的机理及过程

1. 客户关系管理的目标在于客户利益与企业利益的统一

2. 竞争使企业必须以客户价值为先

3. 客户价值的创造在企业内外组织的协同中完成

4. 客户信息的共享和分析决定了协同的效果

5. 客户数据的收集和维护是客户信息共享和分析的基础

第五单元 客户关系管理实施需要应对的挑战

1. 思想认识上的障碍

2. 分阶段的明确目标

3. 业务流程的优化管理

4. 变革过程中的利益调整

5. 持续的资源投入

第二篇 客户关系管理的方法

第一单元 满意度和忠诚度是客户关系管理的核心

1. 提升客户满意度的思路和方法

2. 提升客户忠诚度的途径

第二单元 营销的管理

1. 营销在客户关系管理中的作用

2. 营销策略的制订

3. 客户分类的方法

第三单元 如何利用 CRM 促进销售

1. 销售效率的提高依赖于销售过程的价值创造

2. 销售能为客户创造的价值类型

3. 建立销售模型与管理销售流程

4. 客户信息的收集和利用

第四单元 创造卓越的客户服务

1. 服务贯穿客户关系的始终

2. 服务在大客户销售中的价值

3. 创造优质服务的途径

4. 利用 CRM 管理服务全过程

第五单元 企业集成管理

1. 产品和服务是企业内外资源协同运作的结果

2. 供应链管理思想的贯彻

3. 流程和信息系统的集成

第六单元 客户关系维护

1. 客户关系维护建立在客户价值动态评价基础上

2. 客户持续价值的评价与创造

3. 客户忠诚是客户关系维护的重点

4. 客户关系维护中的营销、销售及服务策略

第三篇 客户关系管理理念和方法在企业的贯彻落实

第一单元 企业如何进行 CRM 业务流程重组

1. 什么是业务流程重组 (BPR)

-
2. 流程重组动因“3C”
 3. BPR 的过程
 4. BPR 的关注点
 5. BPR 的方法
 6. CRM 业务 BPR 的几个原则

第二单元 CRM 系统功能组件-营销自动化

1. 典型的市场部门业务挑战
2. 驱动快速和高效市场营销
3. 市场部门的主要收益

第三单元 CRM 系统功能组件-销售自动化

1. 传统的业务挑战 – 销售领域
2. 驱动快速和高效销售流程
3. 提高销售效率
4. CRM 销售自动化的主要收益
5. 销售部门的主要收益

第四单元 CRM 系统功能组件-客服自动化

1. 客户服务的典型业务挑战
2. 驱动快速和一致的客户服务
3. 客户服务部门的主要收益

第四篇 客户关系管理案例

第一单元 CRM 在各行业的应用

第二单元 客户关系管理在企业的实施

1. 客户关系管理实施前的评估

2. 促进客户关系管理实施成功的因素

授课风格

具有扎实的理论功底，丰富的行业知识及企业管理经验，能将复杂深奥的理论用浅显的企业实践案例加以阐述，讲课擅长启发、互动。