

---

# 汽车行业客户关系管理

## 课程背景

中国汽车消费已经由高速发展进入稳定发展时期，在市场总体需求增速放缓的情况下，汽车生产、销售、服务企业间的竞争也变得更为激烈。在此情形下，谁能赢得更多的客户资源，谁就能赢得竞争。而要赢得客户，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，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

汽车等相关行业董事长、总经理、市场部门经理、销售总监、客服部门经理、IT部门经理及以上级别中高层管理人员

## 课程收获

1. 了解汽车企业实施客户关系管理的必要性和重要性
2. 掌握汽车行业客户分类的方法
3. 了解汽车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
4. 汽车企业里实施客户关系管理，应该重点关注哪些环节
5. 了解 CRM 应用系统的功能及应用

## 课程大纲

### 第一篇 客户关系管理 原理篇

#### 第一单元 汽车行业客户关系管理

1. 客户关系管理能为汽车企业带来什么
2. 客户关系管理的含义
3. 客户关系管理的内容

#### 第二单元 汽车企业客户信息管理

1. 谁是我们的“客户”
2. 如何收集客户资料
3. 怎样判断谁是我们最优价值的客户
4. 怎样对客户关系进行分类

#### 第三单元 汽车行业客户关系的维护

1. 和客户建立什么样的关系
2. 如何让客户感觉物超所值
3. 怎样提高客户满意度、忠诚度

---

#### 4. 如何防止客户抱怨和客户流失

### 第四单元 汽车行业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. 如何在客户满意度和服务成本之间寻求平衡
3. 如何确立最佳的服务水平

### 第五单元 提高汽车企业客户关系管理能力

1. 什么是客户关系管理能力
2. 客户关系管理能力是如何影响企业经营绩效的
3. 你的企业欠缺哪方面的客户关系管理能力
4. 提升企业客户关系管理能力的措施

### 第六单元 汽车企业客户关系的战略

1. 客户的增长矩阵
2. 客户关系管理的过程

## 第二篇 客户关系管理 应用篇

### 第一单元 CRM 系统的设计理念—客户数据的有效采集和消费

#### 第二单元 CRM 应用功能模块

1. 销售自动化
2. 市场营销（营销自动化）
3. 客户服务

#### 第三单元 客户关系管理的实施

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
3. 导致客户关系管理失败的常见原因

### 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。

