
服务营销核心技能及客户关系管理

培训对象

中层管理者

课程收获

提高中层领导管理能力

课程大纲

第一天 上午：

- 电信市场营销基本理念
- 中国移动产品清单
- 电信产品的三个组成要素分析
- 创造性商品思考
- 主要竞争对手及主要产品现状及趋势分析
- 中国移动目前阶段的 SWOT 战略分析

客户关系管理 (CRM)

- 客户资料变革与数据库营销
- 客户满意度与忠诚度
- 转移成本管理与终身客户价值

第一天 下午：

- 基于 CRM 的市场细分
- 中国移动的顾客有几种划分方法？
- 竞争壁垒的设置与核心要素
- 基于中国移动特性的客户关系管理
- 离网关怀如何操作？
- 拓展新客户的途径与方法

第二天上午：

服务营销理念与应用

- 核心竞争力及差异化分析
- 服务营销的基本理念
- 满意服务的特性
- 一般顾客服务 VS 优质顾客服务标准
- 客户服务的主要环节
- 优质服务的具体表现
- 优质服务标准的两个层面

了解顾客

- 谁是大客户？
- 大客户需求分析
- 大客户类型分析
- 顾客购买的考虑因素及决策过程
- 大客户为什么会离网？

第二天 下午：

大客户经理自我认知

- 优秀客户经理的基本素质
- 客户经理角色认知

-
- 对客户经理的绩效考评指标
 - 制定销售计划
 - 服务营销过程管理方法
 - 大客户经理应掌握的基本销售技巧
 - 顾问式销售（持久关系营销）
 - 大客户管理模式
 - 销售对象的角色识别
 - 面对不同的对象包装不同的卖点

第三天 上午：

- 销售策略与计划设计
- 热身动作与需求探访
- 提供满意的解决方案
- 异议处理的程序与技巧
- 获取承诺、促进成交的技巧
- 如何面对客户高层领导
- 有效的人际沟通与谈判技巧
- 沟通的定义、目标及计划
- 沟通方式及工作方式分析
- 沟通步骤与顾客满意度
- 沟通中的常见问题
- 沟通中的注意事项
- 沟通中分寸的把握
- 有效沟通与客户类型

第三天 下午：

- 市场推广技巧
- 中国移动产品的知晓度与认知度提升方法
- 针对 CDMA 的应对策略
- 如何结合公司整体规划实施促销活动