
客户忠诚秘密之客户关系管理

课程时长：1 天

课程作用：对手降价我们不降；客户不忠走向忠诚

课程帮助：突破营销瓶颈；找到发展方向；建立竞争壁垒；领先对手五年；提升 50%业绩

课程背景：20 年大客户实战经验，7 年孜孜不倦地储备，国内第一套系统化讲解该题材

课程宗旨：

客户关系管理是促进客户忠诚的重要手段

客户关系管理的价值在于使营销变得简单

培训方式：

培训主要以学员参与和工作经验分享的方式进行

为了确保学习的有效性，将采用讲解、小组讨论、案例分析、角色扮演和相关游戏活动等综合教学方法，满足不同风格学员的学习要求

我的营销观点：

转变一个念头，世界从此为你发生变化。

选择一份工作很重要，用什么态度去面对这份工作更重要；选择影响人生，态度决定人生。

当一个人做足了充分的准备而后决定开始拿命搏路时，整个世界都会为你让路！

——张子凡

【模块一】客户关系管理定位：营销效能最大化

维护带出营销，营销体现维护

客户关系管理价值：提升忠诚

严格区分客户服务与客户关系管理

从不满意到推荐的五星级客户关系

从客户经理五星级标准看行动方向

满意-忠诚三步曲：恋爱-领证-生娃

【模块二】客户关系管理基础：客户定位与细分

确定目标客户群，实施关系管理

对大客户群体特性的系统化认知

客户定位与细分提升营销成功率

个人客户：探究客户的 24 个需要

集团客户：保有集团客户 8 要素

【模块三】客户关系管理核心：客户价值最大化

企业文化导向客户管理行为准则

透过 18 个内涵把握客户关系管理

数据分析：流失/缩水/挖抢/维护…

四种不同层次的客户关系利弊分析
提升客户关系质量的2层面2维度
伤害感情破坏忠诚的N种不良做法

【模块四】客户关系管理实操：六道密码促忠诚
客户档案及数据库管理差异化
传递复合价值——生存/生活/生命
尼龙粘扣战略关系——5重捆绑
提高客户转移成本的15个秘籍
促进客户忠诚的11个关键要素
推动客户忠诚的“A—D计划”