

---

# 客户开发与维护

卓越的客户服务与管理

吴洪刚 博士

## 【课程背景】

虽然“现代企业的命运掌握在客户手中，客户是企业利润的最终决定者”的观点看似已被营销管理人员所认可。但而现实的客户开发与维护中，企业却普遍存在以下的问题：

- 员工客户意识淡薄！
- 企业管理技术落后！
- 客户忠诚度低！
- 应收款无法回收！
- 客户投诉解决缓慢！
- 不能根据客户需求迅速调整产品！

那么如何才能让客户长期选择我们呢？而要真正实现以客户为中心的管理理念，必须建立以“客户”为核心的营销管理思路与方法。客户开发是以客户关系为核心，通过对对客户信息的收集与分析，把握客户需求特征和行为偏好，积累和共享客户知识，有针对性的为客户提供产品或服务，从而培养客户的长期忠诚度，以建立核心营销竞争力，实现企业营销战略目标的观念和实施；

客户开发与维护的思想应贯穿在营销各个管理领域和环节。并反映在营销的政策、制度、工作流程及工作习惯之中。因此，客户管理是全员的工作责任，而非仅仅是客户管理部门的职责。

基于以上的认识，本课程的讲师从客户开发为核心的营销管理思想入手，以对中国企业营销咨询服务的经验，结合国内外经典案例，编制本课程。

## 【培训目标】

本课程旨在以全新的客户开发思想，培养营销经理实现以“客户”为核心的客户开发与维护方法。

本课程从咨询师和顾问的角度出发，通过讲师切身的咨询服务的体会和经验，从系统化的角度来指导区域营销管理人员如何从事以“客户开发”为核心的营销活动。

## 【培训对象】

- 企业中级或高级销售经理
- 企业基层销售主管
- 企业各级销售代表、业务人员。

## 【讲授章节及要点】

### 第一章：了解你的潜在客户

寻找潜在客户的原则？

---

寻找客户的十大渠道

评估你的客户价值

游戏：大卫魔术

## **第二章：如何接近客户**

判断客户的 13 种类型

接近客户的 16 种方法

客户洽谈的技能

处理客户拒绝与异议

如何诱导客户成交

## **第三章：客户开发四步法**

客户机会分析

关键决策流程

明确竞争定位

选择竞争战术

## **第四章：客户维护与服务**

客户服务体系的设计

客户服务质量管理

如何提升客户满意度与忠诚度

如何防止客户流失

## **第五章：狼性营销团队的智慧**

狼的十大处世哲学（卧薪尝胆、众狼一心、自知之明、顺水行舟、同进同退、表里如一、知己知彼、狼亦钟情、授狼以渔、自由可贵）

狼的“团队精神”

个体与整体

善于交流的狼

## **第六章：销售管理“三四五”原则**

销售管理三个“3”（管理三要素、做事三原则、处理投诉三原则）

销售管理四个“4”（管理宗旨、管理风格、对待他人、问题沟通）

销售管理五个转变（对人-对事、被动-主动、封闭-开放、单向-多向、定性-定量）

## **第七章：如何做名优秀的营销经理**

---

全球化下营销人才要求

新营销时代的“五识”人才

营销团队建设的“五明”管理

## 【课程特色】

我们的培训有具备以下的特点：

培训师都是有多年营销管理经验或企业咨询服务的背景的高级顾问；课程中讲师运用了对营销咨询实战的案例，中有大量的对中国市场的研究和值得借鉴的案例与方法。

可以根据各企业关注的重点进行有针对性的课程设计；

可以围绕企业关注问题进行顾问式探讨；

培训中，教给企业的营销人员相应的管理方法与工具；

## 【授课方法】

**专家讲授、互动对话、分组讨论、案例分析、课堂**