

## 客户关系管理

### 课程背景

当今，企业间的竞争归根结底是对客户资源的竞争，谁赢得客户，谁就赢得竞争。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。

### 课程目标

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；

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；

在企业里实施客户关系管理，应该重点关注那些环节。

了解 CRM 应用系统的设计思路

了解 CRM 系统的主要功能模块

### 参训对象

董事长、总经理、市场总监、销售总监、客户总监等企业中层管理者

时间 2天

### 课程大纲

#### 第一篇 客户关系管理 原理篇

##### 第一单元 什么是客户关系管理

客户关系管理能为企业带来什么

客户关系管理的含义

客户关系管理的内容

客户关系管理与营销的关系

##### 第二单元 了解客户是客户关系管理的开始

谁是我们的“客户”？

如何收集客户资料

怎样判断谁是我们最优价值的客户

怎样对客户关系进行分类

##### 第三单元 客户关系的维护

和客户建立什么样的关系

如何让客户感觉物超所值

怎样提高客户满意度、忠诚度

如何防止客户抱怨和客户流失

##### 第四单元 客户关系管理中的现实问题分析

如何才能让客户感觉非常满意？

如何在客户满意度和服务成本之间寻求平衡？

如何确立最佳的服务水平？

##### 第五单元 提高企业客户关系管理能力

什么是客户关系管理能力？

客户关系管理能力是如何影响企业经营绩效的？

你的企业欠缺哪方面的客户关系管理能力？

提升企业客户关系管理能力的措施

##### 第六单元 客户关系的战略

客户的增长矩阵

客户关系管理的过程

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

销售自动化

市场营销（营销自动化）

客户服务

第三单元 客户关系管理的实施

客户关系管理实施前的评估

促进客户关系管理实施成功的因素

导致客户关系管理失败的常见原因