

## 【课程背景】

- 顾客忠诚度是企业利润的主要来源；
- 保持一个消费者的营销费用仅仅是吸引一个新消费者的 1/5；
- 向现有客户销售的几率是 50%，而向一个新客户销售产品的几率仅有 15%；
- 客户忠诚度下降 5%，则企业利润下降 25%；
- 如果将每年的客户关系保持率增加 5%，会使利润增长 85%；
- 企业 60%的新客户来自于现有客户的推荐。。。。。

实践证明，顾客忠诚度与企业的获利能力有密切的关系，VIP 是顾客中的最核心、忠诚度最高的群体，会员的忠诚给商场带来长期利润，在零售市场竞争日益白热化的今天，VIP 忠诚度的提升对于企业的利润增长和营销战略都具有非同寻常的意义，因此，系统性的、计划性的让顾客忠诚对企业具有战略意义。

## 【课程大纲】

授课时间	1 天 (6H)	授课风格	理论+案例+实操演练+视频教案+故事引导
授课对象	品牌销售管理者		
<b>第一单元: 品牌VIP 管理必要性</b>			
□ VIP 定义及意义			
□ 顾客金字塔模型管理			
□ 品牌 VIP 管理模型			
□ VIP 管理成效 KPI 分析			
<b>第二单元: 品牌VIP 开发管理</b>			
□ VIP 开发 ASK 原则			
□ VIP 开发沟通技巧			
□ 顾客资料收集情境分析与应对			

- 
- 建立档案关键时刻十动作

### **第三单元: 品牌VIP 维护管理**

- VIP 维护的重要意义
- VIP 维护技巧五要素
- 顾客回访五形式四内容
- 电话回访关键时刻五话术