

《客户经理营销全流程技能提升》

一、课程背景

在客户经理队伍的日常营销工作中，是否发现存在以下的问题：

1. 感觉营销工作压力大，没有方向感，更没有成就感；
2. 自己总是找不到可以和客户建立更深层次信任关系的方法，尤其是高层；
3. 好不容易找到机会同客户介绍公司的产品，但是客户好像总是在敷衍自己；
4. 竞争对手为项目投入资源更多，价格更低，客户正不断流失，自己毫无头绪；
5. 方案修改了很多遍，但总是觉得没有什么可以吸引客户眼球的地方，食之无味，弃之可惜；
6. 看到别的客户经理做的那么好，感觉有些无奈和迷茫，可能自己只能做一个很平凡的客户经理？
7.

上述问题是客户经理在从事营销工作中经常会遇到的问题，很多时候心态的问题很大程度上是源自于能力的短缺，所以让客户经理树立正确的营销“价值观”，认清行业客户的特点，理清营销思路，掌握高效的工具和方法是十分必要的。

二、培训对象：集团客户经理

三、培训方式：课程讲授+案例分享+视频教学+小组讨论+情景演练

四、培训时间：2天

五、课程目标

- 掌握优秀客户经理顾问式营销的流程和思路；
- 学习针对不同行业客户的需求，进行有针对性的拜访及销售流程推进的技巧；
- 通过分组模拟演练、案例分析及视频录音分享，提高学员的实战能力。

六、课程纲要

第一部分：客户经理的工作价值认知及视野

■ 如何看待目前客户经理这份工作

- ◇ 客户经理，你究竟为了什么而工作
- ◇ 大客户营销工作的成就感从何而来

■ 优秀客户经理的视野

- ◇ 客户的角度
- ◇ 公司的流程
- ◇ 组织的文化
- ◇ 行业的发展

■ 案例分享：该精英客户经理的业绩是如何“炼成”的

第二部分：行业客户信息化概览

■ 集客市场发展策略分析

■ 互联网+对集客市场来说意味着什么

■ 集客市场营销的“四性”

- ◇ 专业性
- ◇ 创新性
- ◇ 精确性
- ◇ 体验性

■ 信息化对于企业的意义

- ◇ 收入方面
- ◇ 成本方面
- ◇ 利润方面
- ◇ 趋势方面

■ 客户经理关注点的差别

- ◇ 技术实施层面
- ◇ 运营管理层面

- ◇ 发展战略层面

第三部分：客户拜访过程中的两大“关键时刻”

一、“关键时刻一”——客户的第一印象

■ 客户拜访前的准备工作

- ◇ 客户行业情况的了解
- ◇ 客户经营模式的了解
- ◇ 客户近期的热点事件
- ◇ 拜访目标的设定
- ◇ 差异化印象建立

■ 沟通中建立融洽关系的技巧

- ◇ 如何快速拉进彼此的关系
- ◇ 和客户取得共鸣的技巧
- ◇ 让客户感觉和“自己人”说话的技巧
- ◇ 如何同不同沟通风格类型的客户打交道

■ 视频案例分享：针对这种沟通风格的客户，客户经理该如何应对

二、“关键时刻二”——深入挖掘客户的需求

■ 组织层面的需求分析

- ◇ 作为老板或企业负责人，你最关心什么
- ◇ 增加收入方面的需求
- ◇ 降低成本方面的需求
- ◇ 提高效率方面的需求

■ 现场演练：以目前主推产品为例，进行组织需求层面切入的思路整理和练习

■ 部门层面的需求分析

- ◇ 从企业的组织架构分析不同部门的需求
- ◇ 高层拜访的重要意义
- ◇ 各部门的采购角色与需求差异分析

- ◇ 分析部门需求时应避免的误区
- **案例分享：某集团客户部的“战略地图”带给我们的启示**
- **个人层面的需求分析**
- ◇ 透析人性的三大弱点
- ◇ 客户个人需求的特点
- ◇ 如何同客户建立持久的关系
- **案例分享：客户经理小王和客户为何一夜之间从朋友变成“敌人”**

第四部分：信息化产品呈现与客户异议处理

- **产品及方案呈现注意事项**
- ◇ 方案呈现前的五大准备工作
- ◇ 方案 PPT 设计的原则
- ◇ 方案呈现时与客户的互动技巧
- ◇ 方案呈现过程中如何应对客户的异议
- **方案达成及谈判技巧**
- ◇ 方案谈判过程中的求同及求异思维
- ◇ 如何科学的让步
- ◇ 谈判过程中客户常见的心理特征
- ◇ 面对客户的价格异议，该如何处理
- ◇ 说服客户时，四种竞争策略的灵活运用
- **现场演练：分组进行产品方案的呈现及异议处理演练**

第五部分：视频分享与案例研讨

案例：“不可能完成的任务”（视频分享）