

《社区经理日常工作及社区营销能力提升》

一、项目背景：

家庭市场是运营商竞争的三大主战场之一，也是唯一一个移动公司切入不久，不太成熟的市场。但是作为离终端客户最近的社区市场，对于各大运营商来说具有重要的战略意义。

社区经理队伍建立之后，如何规范有序的开展各项工作，推进和物业关系的建立、促进家庭产品的销售是摆在我们面前的一个主要课题。

二、培训对象：社区经理

三、培训时长：2天

四、授课方式：理论授课、情景模拟、案例分享、小组PK等

五、培训目标：

1. 了解社区经理的角色定位及基本工作内容要点；
2. 掌握物业关系的建立、维系、发展的技巧；
3. 提升家庭宽带等业务的营销及售后维护与协调沟通能力。

六、课程设计：

Part 1: 社区经理角色定位与工作职责

1. 社区经理工作的核心价值（三力）解读

- 分析力
- 影响力
- 关系力

2. 社区经理日常基本工作职责

- 信息采集与反馈
- 关系建立与维护
- 宣传开展与渗透
- 业务营销与售后
- 思考讨论:社区经理核心能力模块中，你最欠缺的是什么

3. 社区经理日常工作及行为规范

- 日常工作装备的“五个一”

✚ 电话邀约及面访时的基本礼仪

→ 电话邀约的利益

→ 初次拜访的礼仪（着装/自我介绍/寒暄/引荐……）

→ 高效沟通礼仪

Part 2: 社区经理物业关系维护能力训练

1. 社区经理与物管的关系类型

✚ 真的很好

✚ 看上去很好

✚ 好的关系的判断标准是什么

2. 物管类型与关系建立策略

✚ 开发商自己的物管

✚ 开发商聘请的第三方物管

✚ 业委会聘请的物管

✚ 不同类型物管的关系建立策略重点

3. 物管关系建立的原则与技巧

✚ 投其所好最重要

✚ 物质利益不可靠

✚ 欲取先予下功夫

→ 短时多次

→ 活动共建

→ 微信互动

→ 反向要求

✚ 工具展示：《物管关系评估表》——量化你和物管的关系程度

Part 3 : 促销活动策划与现场营销能力提升

1. 社区经理促销活动策划与组织

✚ 社区信息收集与调研

✚ 宣传渗透的策略

✚ 活动执行步骤与现场控制要素

✚ 活动总结与工具沉淀

2. 促销现场各种营销时机分析与切入

- ✚ 客户对社区经理不接受时
- ✚ 发现客户对宽带产品认识不足时
- ✚ 发现客户对自身需求不清楚时
- ✚ 发现客户对宽带产品有先入为主的印象时
- ✚ 客户对于宽带有投诉或抱怨时
- ✚

3. 社区现场营销流程和关键点

- ✚ 现场布置要注意的问题
- ✚ 如何进行有效的客户邀约
 - 如何引发客户的兴趣
 - 如何凸显产品的价值
- ✚ 如何快速发现客户的需求
 - 如何提问能全面了解客户的需求
 - 如何提问能深入探询客户的需求
 - 如何提问能引导客户的需求
- ✚ 高效产品介绍的“三句半”
- ✚ 异议处理及促成的方法
 - 如何处理客户的拖延
 - 如何应对客户的顾虑
 - 如何处理客户的敷衍

4. 售后跟进与投诉处理

- ✚ 客户回访如何不流于形式
- ✚ 日常关怀如何深入人心
- ✚ 客户投诉时的应对技巧

Part 4:社区经理常用工作表示例

- ✚ 客户经理工作日志表
- ✚ 社区信息采集表
- ✚ 社区客户信息表

🚩 社区竞争信息表

Part 5:课程总结与答疑