

大数据时代客户关系管理与 CRM

【课程背景】

随着移动互联网、云计算、物联网的发展，各种社交、娱乐游戏、高清视频、IPTV、安防监控、移动应用等产生的数据流量也随之爆发式增长。据悉 2010 年正式进入 ZB 时代，到 2020 年全球将总共拥有 35ZB 的数据量，比 2009 年增长 44 倍。毋庸置疑，我们已进入“大数据时代”。

面对客户的多样化、层次化、个性化需求，大众化营销已失去优势。著名经济研究家曾指出：“促销费用的大部分都打了水漂，仅有 1/10 的促销活动能得到高于 5% 的响应率，而这个可怜的数字还在逐年递减。”在数据繁多混乱，市场营销执行力下降的同时，不可否认的是，大数据中来自不同终端、不同媒介上的海量数据中埋藏着用户习惯、市场变化、技术走势等有价值的信息将成为新时代营销的“金矿”。

每一个精明的营销人员都在想着如何才能让更多的人点击更多的广告，但要实现这一目标的前提，是对数据及其背后消费欲望的精准分析。但如何在海量数据中整合线上、线下数据，形成对消费者的独特洞察力；如何建立全渠道数据平台，拓展营销渠道，提高营销效率却成为营销人员实现精准营销的困惑。具有竞争力的营销是在精准定位的基础上。利用系统按照市场的一般特征划分出具体市场，还包括研究客户的消费需求特征和购买行为规律，找到准确的目标市场，从而为确定产品战略和营销战略提供依据，建立个性化的顾客沟通服务体系，实现企业可度量的低成本高利润扩张之路。

CRM 系统能够深度挖掘目标客户，实现企业各部门的综合管理与应用，建立以客户为中心的营销管理平台，对客户进行细分，帮助企业牢牢抓住对企业最为重要的客户，实现效益最大化

【课程收益】

- 从管理科学和解决方案的角度学习客户关系管理的定义
- 了解 CRM 的核心管理思想和 CRM 的主要内容
- 了解客户关系管理的系统知识
- 掌握实用有效的客户关系管理方法
- 深刻理解 CRM 与企业文化间的关系及实施中的关键
- 掌握提升竞争力的策略

【课程方式】 讲师授课、案例分析、小组讨论、视频分享及游戏活动等。

【培训对象】 企业的销售代表、销售经理、区域经理、客户管理总监、销售总监。

【培训时间】 2天

【课程大纲】

第一章 大数据时代下的客户与客户关系

- 1、现代企业制度下的客户新权释
- 2、客户关系与4C
- 3、大数据时代的客户关系管理的发展新趋势

第二章 大数据时代企业营销中的客户关系

- 1、客户关怀与关联销售
- 2、客户生命周期
- 3、客户分类与黄金客户
- 4、客户流失与客户重获
- 5、开发新客户与维护老客户成本计较分析

第三章 大数据时代客户关系管理的营销策略

- 1、客户关系管理的营销策略概述
- 2、关系营销
- 3、整合营销
- 4、数据库营销、精准营销与网络营销
- 5、CRM的营销自动化
- 6、CRM营销的其他理念

第四章 CRM 需求分析

- 1、CRM中的诊断思路
- 2、销售流程的重新设计
- 3、ROI量化分析

第五章 客户管理与客户档案

- 1、客户管理中的二八法则
- 2、客户档案的建立与分析、运用
- 3、大数据时代下企业的客情关系

第六章 以客户满意度为导向的CRM流程

- 1、客户满意度与客户忠诚度
- 2、客户满意度调查的手段与运用

3、客户服务中心

第七章 客户关系管理 (CRM) 关键技术与应用软件

1、Internet 环境下 CRM 应用系统的体系结构和特点

2、CRM 系统中的业务流程重组

3、营销自动化的功能组件

4、销售自动化的功能组件

5、客户服务与支持的功能组件

6、呼叫中心的技术实现与管理

7、数据库与数据仓库技术

8、数据挖掘技术在 CRM 中的应用

9、CRM 环境下的商业决策分析智能

10、国内外主要 CRM 软件介绍

第八章 客户投诉的处理

1、客户投诉的类型分析

2、客户为何而投诉？

3、投诉处理的基本原则与常用技巧