
房地产企业客户关系建立与维护

【课程背景】

目前市场竞争变得越来越激烈，任何一个产品的营销过程都面临着众多竞争对手。过往那些“一招鲜吃遍天”的现象已不复存在。想要在这个大市场环境下切下一大块蛋糕我们就必须通过对市场调研，自身产品分析，客户群体分析，竞争对手分析来制定合理有效地营销战略方案。

【课程大纲】

一、房地产客户特点

- 以终端客户为导向
- 市场竞争激烈
- 产品个性化突出
- 貌似财大气粗
- 经营周期偏长

二、房地产企业采购特点

A. 采购方式分类

- 以招标方式分类、
- 以战略采购协议的类型进行分类、
- 以战略采购实施主体进行分类、
- 以战略采购协议适用的项目地域进行分类
- 以合作的广度进行分类

B. 采购特点

- 根据项目复杂性选择采购模式
- 根据产品总价选择采购模式
- 根据采购产品的设计复杂性选择采购模式

三：房地产企业客户关系建立及维护技巧

A. 金字塔式的营销方式

模拟：难以抉择的销售经理

B. 建立良好的沟通管道

- 语言方式接近
- 肢体语言模仿

-
- 语音语气近轨
 - 观点意见一致
 - C. 客户期望决定因素
 - 口碑
 - 品牌推广
 - 客户价值与背景
 - 环境与生命周期
 - 之前与该公司的体验
 - 之前与其它公司的体验
 - D. 建立关系的原则
 - 先假设对方是善良的
 - 机会需要耐心等待
 - 不可守株待兔
 - 换位思考，深层次思考
 - 专业并且有准备
 - E. 客户关系发展
 - 关系两大要素：利益+信任
 - 利益的准确定义：组织利益和个人利益
 - 案例讨论:搞砸的拜访
 - 案例讨论:固执的库管员
 - 中国人建立信任路径图
 - 与客户建立互信关系的方法
 - F. 客户关系升级
 - 方法一：客户关系完善
 - 方法二：客户关系提升
 - 方法三：高层公关：
 - 案例讨论：
 - G. 技术壁垒和商务壁垒
 - 技术壁垒和商务壁垒的定义
 - “设置壁垒”的四种方法
 - H. 客户忠诚度提升
 - 客户忠诚度给企业带来的价值
 - 提升客户满意度的有效途径
 - 管理客户期望值的方法

四、房地产大客户谈判技巧

- A. 目标是第一重要的因素
 - 切忌无目的谈判
 - 小目标服从大目标
 - 目标面前一切让步
- B. 客户类型不同方法也不一样
 - 战略客户的谈判
 - 利润客户的谈判
 - 转移谈判矛盾

-
- C. 不做没必要的谈判
 - 界定谈判的必要性
 - 离开谈判桌
 - D. 知己知彼百战百胜；
 - 对方的谈判目的、
 - 对方的心里底线
 - 对方公司经营情况、行业情况、
 - 谈判人员的性格、
 - 对方公司的文化、
 - 谈判对手的习惯与禁忌
 - 其他竞争对手情况

五、政府关系维护

A. 六个原则

- 态度积极， 但把握分寸
- 换位思考， 互惠互利
- 坦诚沟通， 相互信任
- 长期规划， 持久行动
- 局部服从整体
- 全面出击、 重点培育

B. 政府关系建立的策略

- 邀请政府参与
- 邀请政府参观
- 以公益目的参与政府公共事项
- 与政府联谊活动
- 配合政府宣传政策