

课程大纲

课程单元	课程内容
第一单元： 客户关系对销售的价值	1、集团客户关系管理的背景分析 2、从“经营项目”到“经营客户”的价值 1) 从随意性的关系营销提升到系统化的客户关系管理策略 2) 关系管理的本质：经营企业及个人在客户心目中的价值感 3) 认识“关系是手段，价值是目标”的关系经营原则 3、集团客户关键人“关系”的现状分析 4、集团客户营销的“道、法、术”
第二单元： 客户关系与营销策反的前提： 关系布局	1、关系布局的四大要素 2、客户中找对人的五个步骤&情景案例 3、在组织结构搭建关系链条&情景案例 1) 上层关键人：从“陌生”到“熟悉” 2) 中层联系人：从“业务”到“朋友” 3) 基层成员：从使用者、传播者到同盟者 4、决策成员关系的手掌理论&情景案例 5、构建客户关系发展地图表&情景案例 6、销售拜访中落实关系进度&情景案例
第三单元： 构建与关键人关系的技巧： 说对话	1、了解 NLP 的沟通理论和共鸣法则 2、基于性格矩阵的沟通技巧 3、说对话——说技巧&情景案例 1) 与关键人的寒暄技巧 (PPP/FORM) 2) 对关键人的赞美技巧 3) 不同性格的沟通技巧 4、说对话——问技巧 1) 提问意识与类型 2) 提问策略：漏斗模型&情景案例 3) 提问策略：SPIN 模型&情景案例 4) 提问中的聆听策略 5、说对话——谈技巧 1) FABE 的介绍套路&情景案例 2) 讲故事的介绍套路 3) PPT 式的演示套路&情景案例 4) 谈判式的促成策略&情景案例
第四单元： 客户关系与营销策反的关键： 做对事	1、大客户攻关的七件事&情景案例 2、决策成员的动机分析&情景案例 3、制定销售投标战术与谋略&情景案例 1) 迂回战术、2) 对抗战术 3) 瓦解战术、4) 联盟战术…… 4、公关必学：中国式饭局 1) 中国式饭局做客之道

	<p>2) 中国式饭局重在席间交流</p> <p>5、公关必学：中国式送礼</p> <p>1) 送礼的学问、送礼的礼物</p> <p>2) 送礼的技巧：借花献佛/暗渡陈仓/借马引路/移花接木/先说是借/借机生蛋</p>
<p>第五单元： 客户关系管理与中国式销售的要点分析</p>	<p>1、客户关系建立的两条路径</p> <p>2、客户关系建立的基础：情报收集与分析</p> <p>3、客户关系管理的纽带——人情法则</p> <p>1) 建网达情的三段六字法</p> <p>2) 建立高效人脉四个步骤</p> <p>3) 自我修炼十大关键要素</p> <p>4、VIP 客户关怀：贴身服务与关键时刻 MOT</p> <p>1) 服务质量与服务差距</p> <p>2) 顾客期望值与优质服务的关系</p> <p>3) 个性化服务的常用方法</p> <p>4) 服务质量的监控</p> <p>5) 客户分析及分类</p> <p>6) 一对一营销与关联销售</p> <p>7) 顾客推荐：让客户成为销售员</p>