
卓越客户关系管理

培训对象

销售总监、大客户经理、区域经理、销售主管、渠道经理、销售办事处经理等企业中层销售管理者

课程收益

按照什么标准对客户分类，进行差异化管理，实现最高投入产出比；

了解 CRM 应用系统的设计思想

CRM 采用什么样的有效方法以及利用哪些信息技术

维护客户关系中的注意事项

课程大纲

第一章先进营销理念

第一节价值论与需求论

第二节顾问式营销与精准营销

第三节从 4P 到 4R 提前响应客户需求

第四节顾问式营销

第五节客户关系管理的重要性

第二章 CRM 的基本作用

第一节记录客户基本信息

第二节记录销售过程和销售投入

第三节成交记录汇总

第四节投入产出比分析

第五节进行销售预测

第六节行业及区域市场分析

第三章 CRM 的高级作用

第一节客户价值分析

第二节销售团队管理手段

第三节找出规律，发现问题

第四节即时干预，及时改进

第五节防止销售把持客户

第六节避免销售填写虚假信息

第四章客户关系建立过程

第一节筛选客户

第二节接触客户，建立关系

第三节强化关系

第四节让客户产生偏好

第五节与客户结盟

第五章客户满意度维护

第一节客户满意度调查手段

第二节满意度从何而来

第三节如何让客户感觉物超所值

第四节怎样提高客户满意度、忠诚度

第五节如何在客户满意度和服务成本之间寻求平衡？

第六节如何防止客户抱怨和客户流失

第六章通过客户关系管理提升业绩

第一节客户的增长矩阵

第二节降低销售成本

第三节交叉销售与扩大销售

第四节重复采购

第五节转介绍

第六节如何放大客户需求