

关键客户管理

课程背景：

在市场竞争日益激烈的现代社会，企业如何保持长盛不衰？哪些客户对于公司来说是非常关键的，影响公司未来的发展？企业的关键客户在不断发展，我们如何能够跟上客户发展的步骤？我们如何预测企业未来的发展方向？如何调整公司的资源，为企业发展奠定基础？

关键客户对企业的未来发展而言是非常重要的，企业需要与客户建立合作共赢的关系，并引领未来企业的发展方向。

本课程就是帮助企业学员来学习如何通过几个大方面的不断努力，最终与客户达成战略合作伙伴关系。

课程收益：

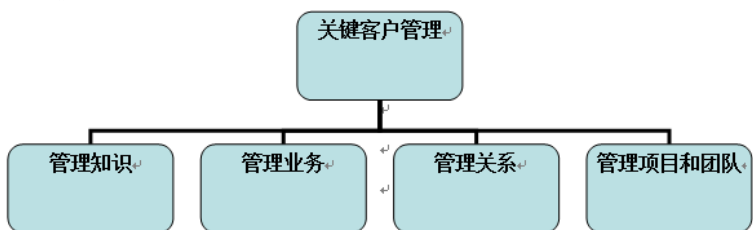
▲ 可以使与关键客户打交道的人员明白如何定位关键客户，理解市场的波特模型，自身和客户的优劣分析。理解与客户建立合作伙伴的战略基础。

▲ 同时学员将会学习并掌握如何制定业务计划书，如何与客户决策团队维护好关系，如何推动项目前行。

课程目标：

- 正确定位自身和关键客户
- 理解与关键客户合作的矩阵模型
- 如何制定年度计划书
- 与客户关键决策团队制定沟通策略
- 掌握项目管理能力，推动合作落地
- 不断提升与关键客户的战略合作关系

课程模型：



课程时间：2天，6小时/天

课程对象：公司营销、客服部门经理、总监及管理层；企业其他部门的高级管理人员，企业各部门中有资深经验（通常6-10年），有较强影响力的员工

课程方式：授课、视频、互动、小组练习、案例讨论等

课程大纲

第一讲：理解关键客户管理的内涵

一、什么是关键客户管理

1. 为什么要进行关键客户管理？
2. 关键客户管理的内涵
3. 关键客户管理的结果

二、关键客户经理的角色

1. 关键客户经理的任务
 2. 关键客户经理的职责
 3. 关键客户管理的组织架构发展
- 互动研讨：**为什么要以关键客户为导向，从而实施关键客户管理

第二讲：关键客户管理的相关知识

一、明确在市场、客户中的定位

1. 在客户中的定位

- 1) 客户的吸引力
- 2) 供应商的可靠性

2. 市场中的定位

- 1) 市场中的分析
- 2) 波特五力模型

3. 自身的定位

- 1) 自身的SWOT分析
- 2) 客户的SWOT分析
- 3) 客户和我的匹配指数

二、关键的绩效指标

1. 评价关键客户的绩效指标
2. 关键客户的管理矩阵
3. 不同客户的管理策略

工具运用：关键客户管理矩阵

第三讲：管理与客户相关的业务

一、建立客户业务计划书

1. 客户的业务目标

- 1) 理解客户的方向
- 2) 界定客户的目标

2. 建立客户计划书的各项步骤

- 1) 客户计划书的建立
- 2) 对计划书的认可
- 3) 计划书的共同执行

二、风险评估和防范

1. 计划书的风险

- 1) 风险的评估
- 2) 风险的防范

工具运用：风险防范和评估表

第四讲：管理关键客户的决策团队

一、明确人际关系定位，客户决策架构

1. 关键客户发展人际关系的过程

- 1) 人际关系的层次
- 2) 建立人际关系的步骤

2. 客户的决策架构

- 1) 客户的组织架构
- 2) 客户的决策模型

工具：客户的决策模型图

二、创建客户关系解决方案

1. 客户关系效率分析

- 1) 客户效率分析图
- 2) 客户人员的层级
- 3) 针对不同人员的关系解决方案

工具：决策团队沟通策略

2. 增进信任

- 1) 增进信任的几个层面
- 2) 需要避免的几个方面

工具：客户关系的三要素

第五讲：管理项目和团队

一、明确管理项目和团队的重要性

1. 推动项目和团队管理的重要性

- 1) 如项目管理者一样去推动实施

2. 掌握推动项目的各种技能

二、运用管理项目和团队的各项技能

1. 了解项目管理需要的各种技能

- 1) 成长为优秀项目管理者七大技能

2. 分析测评自身的优势和弱势

- 1) 你是位优秀的项目管理者吗？

3. 各项技能的关注点

- 1) 各项技能的注意事项及运作
- 2) 增强各项技能

互动研讨：各项技能的运用

第六讲：回顾与探讨，理解关键客户管理的要素

一、回顾关键客户管理各种要素

1. 回顾关键客户管理的四大要素
2. 制定个人行动计划

二、行动计划交流

1. 行动计划交流
2. Q&A