

主随客“变”——客户管理与服务

课程背景：

当今企业之间的战争已经转移到新的领域：从最初的只注重产品生产，逐步发展到21世纪的由顾客是否满意来决定竞争的最终结果。在当前阶段，企业存在的价值就是要让顾客满意，顾客对服务的满意程度成为影响企业获利的重要因素。按照当前的服务价值观，顾客就是上帝，服务本身就是商品。专业程度、速度、如何帮助不同顾客节省开支、人性关爱、品位、资讯、品牌等都属于考察服务质量的范畴。

此外，企业本身的文化氛围，以及视觉的、听觉的感受，都已经扩展为服务的价值。现在，服务的价值层次及针对客户的变化正在不断的扩展。服务已经成为厂家进行营销时不可或缺的强有力武器。服务水平的高低，直接影响着企业形象的好坏。因此，服务已经当之无愧地成为企业的核心竞争力。

课程收益：

- 树立客户满意的理念，学会提高客户满意的途径
- 有效地满足客户的需求并将其体现在产品和服务之中
- 开展客户价值分析，及时妥善处理客户的抱怨与投诉
- 建立客户数据库，及时沟通并进行动态管理
- 进行员工训练，提供客户满意的服务

课程时间：2天，6小时/天

课程对象：销售人员、客服人员、业务经理

课程方式：通过案例、视频、角色扮演、小组讨论有效教学

课程大纲

互动：客户是什么

第一讲：基本认知

一、企业的功能是创造客户

1. 客户的重要功能

- 1) 利润源泉
- 2) 聚客效应
- 3) 信息价值
- 4) 对付竞争者的利器

2. 客户关系管理的意义

- 1) 降低企业维系老客户和开发新客户的成本
- 2) 降低交易成本
- 3) 促进增量和交叉购买

4) 给企业带来源源不断利润

案例：潘先生喝咖啡

二、客户关系管理的基础

1. 关系营销定义

2. 客户与顾客的区别

3. 关系营销与交易营销的区别

1) 一次性与重复性

2) 双方的主动性

3) 无差别的个体客户

三、客户的生命周期

1. 培养期

2. 发展期

3. 合作期

4. 退化期

案例：客户的“变心”

四、客户关系管理思路

1. 营销思维与信息技术相结合

2. 有选择建立客户关系

3. 积极维护客户关系

4. 挽救与建立客户忠诚

互动：小组讨论如何判断客户关系是否稳固

第二讲：客户管理——选育滤留

一、选择信息，细分客户

1. 信息收集

1) 个人信息

2) 企业信息

2. 客户层级金字塔：二八法则

1) 关键客户

2) 普通客户

3) 小客户

3. 寻找盈利性客户

1) 营业排位法

2) 非货币排位法

互动：工具-顾客盈利性分析

案例：银行VIP

二、培育关系，满意客户

1. 客户满意对企业影响

2. 客户不满意对企业影响

3. 客户满意与忠诚形成四种关系对企业影响

1) 破坏者：不满意不忠诚

2) 囚禁者：不满意忠诚

3) 布道者：满意忠诚

4) 图利者：满意不忠诚

4. 满意公式：感知价值=顾客利益-顾客成本

互动：工具演练-重要性-绩效分析

案例：门口小店与沃尔玛

三、过滤客户，提高质量

1. 减少顾客流失

2. 顾客维系动态变化：漏斗

3. 管理顾客基数

1) 关键客户的管理

a 成立专门机构

b 提供优势资源

c 加强情感互动

2) 普通客户的管理

a 对有潜力客户升级

b 对无潜力客户降低成本

3) 小客户管理

4) 过滤盈利差的客户

四、建立忠诚，留住客户

1. 实现客户忠诚的策略

1) 奖励客户的忠诚

2) 增强客户的信任

3) 建立客户组织

4) 提高客户的转移成本

互动：我们可让做哪些策略可让留住客户

案例：关于顾客维系的数据

2. 加强员工管理

1) 通过员工的忠诚实现客户忠诚

2) 通过制度避免员工流失造成客户流失

互动：小组讨论、分享

案例：苹果手机与安卓手机

案例：房地产公司对已交其他公司定金进行返还

第三讲：服务沟通

一、客户关系

1. 客户关系的好处及管理误区

2. 客户关系四层级

3. 用服务维持客户关系

互动：提问、讨论

案例：沃尔玛终身客户

二、服务沟通

1. 沟通礼仪

1) 客户关系管理专家的特征

2) 沟通体现：同理心与 PERFECT

3) 同理心：四级同理心

a 建立有礼貌的服务形象

b 塑造顾客价值

- c 尊重顾客的不同意见
- d 建立亲切熟稔的顾客关系
- e 充满吸引力的沟通品质
- f 关怀顾客的利益
- g 感谢顾客的支持

互动：角色演练

视频：《何妈说服亲家》

三、尊重客户的个性

1. 四类客户

- 1) D-独断型客户
- 2) I-自我型客户
- 3) S-友善型客户
- 4) C-分析型客户

2. 不同客户服务特点：效率、尊重、利他、数据

互动：视频赏析

案例：售楼员的成交经历

3. 与客户书信往来

1) 如何给客户写信函

- a 有吸引力
- b 发出号召
- 2) 如何告诉客户坏消息
- a 铺垫-转折-重修-号召

互动：角色模拟

案例：一次拒绝客户的回信

4. 处理客户投诉

1) 接待客户

- a 预测客户情感需求
- b 满足客户心理需求

2) 理解客户

- a 倾听，尊重客户
- b 有效提问，表达释放
- c 重复确认，理顺思路

3) 帮助客户

- a 提供信息与选择
- b 设定期望值
- c 提供帮助达成协议

4) 留住客户

- a 检查是否满意
- b 感谢客户
- c 建立联系
- d 保持联系

互动：角色模拟

案例：月饼里的“小强”

收尾部分：

1. 回顾总结
2. 小组讨论收获
3. 列出行动计划
4. 结束，感谢