

大客户管理

1. 大客户管理的由来

决策制定单元的概念

关系营销

大客户管理的风险

2. 大客户关系的发展历程

大客户关系发展的阶段

大客户管理孕育阶段

大客户管理初期阶段

大客户管理中期阶段

伙伴式大客户管理

协作式大客户管理

间断大客户管理阶段

间断关系的外在原因

客户关系发展模型

3. 大客户计划 (战略分析)

SWOT 分析

安索夫矩阵

营销计划系统

营销计划定位

规划与实施

4. 大客户的识别和定位

市场细分

描绘市场地图

寻找平衡点

区间分析矩阵

DPM 构建十步骤

营销目标和战略的设定

定义和选择大客户

5. 大客户计划

目标客户分析

客户内部价值链

客户采购过程和信息需要分析

竞争力比较

大客户营销策略分析

6. 大客户经理的角色和技巧

大客户经理的角色

大客户经理在各个阶段的职能

大客户经理的技能开发

7. 客户服务基本问题：

你特有的服务立足点

你提供服务的特征

你的客户是谁及其需要

你的客户如何看你

8. 确定服务标准

确定标准的重要性

服务面

程序面

个人面

团队建设

9. 客户关系管理

客户关系管理的目标

客户关系管理原则

客户关系管理的层次

客户关系管理的优势

客户关系管理的内容

10. 客户服务与客户关怀

客户服务的三个阶段

被动服务与主动服务

服务要素与服务类型

客户的自我服务

客户关怀

11. 大客户管理的未来

商业环境的变化趋势

价值链管理的趋势

12. 大客户管理与整体销售管理