

服务营销创新

- 你知不知道你的客户里面真正的买家到底是谁？（背后的手）
- 你知不知道你的客户的真正需要到底是什么？
- 你知不知道你的产品的本质是什么？（客户为什么要你的东西？）
- 你知不知道如何在你的产品与你的客户之间搭起桥梁？
- 你想不想要你的客户来找你，而不是你在四处追着你的客户？

如果你想要找到以上问题的答案，那么本课程就是为你准备的！

本课程基本内容

一、营销高手

杰出经营四秘诀

诀窍一：远谋者胜

诀窍二：信息成金

诀窍三：竞争造就强者

诀窍四：堵不死的商业通道

您的经营思想过时了吗

决策失误是最大的浪费

棋高一着的策划思考

案例：**MOT**（北欧航空公司）

二、基本市场营销概念

4Ps 和 4Cs

产品的形式与服务性

产品的核心利益

企业公共关系

客户认知

服务产品的经济学/营销学性质和定位

三、服务产品营销的特点

什么是服务性产品

服务产品特点

服务体系与利润链

服务营销组合 4Ps+3Rs

客户满意战略

服务产品营销特点

案例：里兹 卡尔顿饭店

四、你的客户到底是谁？

客户的组成：客户群的认知

不同客户的特点

商业客户心理

服务产品的推介

什么是服务？

服务导向的关系营销

如何让客户找你，而不是你找他/她！

激励是动力

客户激励的核心

五、客户营销的基本内容

如何才能真正理解你的客户

他们到底要什么----确立服务标准

我们怎么办？

建立团队

工作流程的建立

积极提供解决问题之道

六、客户营销基本问题：

你特有的服务立足点是什么？

你提供服务的特征

你的客户如何看你

我们做了什么是一码事，客户觉察到我们做了什么是另一码事

案例：新加坡航空公司

七、客户服务的标准是什么？

确定标准的指导原则

服务面

程序面

个人面

团队建设

八、如何建立长期稳定而健康的客户关系----客户服务与客户关怀

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

九、

营销策略 7 步骤

客户分析

市场分析

竞争状态分析

分析经销方式

制订营销方案

实施与评估

修订

案例：星巴克的历史