

客户拜访与专业交流技能训练

课程介绍

培训目的 (学员收获) :

- 1、掌握收集客户情报、深入分析客户需求的方法。
- 2、掌握有效拜访客户的方法。
- 3、学习客户关系建设的基本思路和方法。
- 4、掌握正确的竞争思路与方法。

授课方式

理论方法讲解、案例分析、视频学习、情景演练、问题互动、小组讨论与呈现。

授课时长 :

1天。

培训费用

培训对象

联系我们

课程大纲

- 1、关键客户人员研究：客户战略解读和销售机会点确定
 - 1) 客户战略研究和销售机会点研判
 - 2) 关键客户人员的考核指标分解和客户工作总体思路确认
- 2、一次客户拜访之前的准备工作
 - 1) 吃透我公司最新的政策、策略、计划、资源
 - 2) 收集目标客户的最新情报
 - 3) 确定拜访的主题，与客户预约
 - 4) 集结人员和准备相关的材料、产品
 - 5) 产品功能预演
- 3、客户拜访
 - 1) 案例研讨
 - 2) 到达客户现场的工作
 - 3) 和客户交流的前五分钟
 - 4) 进入交流主题，引导客户需求
 - A. 如何打开客户的话匣子
 - B. 客户经理和同事如何配合
 - 5) 保持和谐愉快的交流气氛
 - 6) 专业地应对客户提出的问题
 - A. 如果现场可以回答，如何处理
 - B. 如果现场不能回答，如何处理
 - 7) 如何控场和处理各类常见的意外
 - 8) 和客户确认今天交流的成果
 - 9) 和客户确认后续的工作安排
 - 10) 离开客户办公室后的紧迫工作
- 4、课堂演练
 - 1) 第一轮：客户经理拜访客户中层干部（接口人）
 - 2) 第二轮：客户经理拜访客户高层干部（决策者）
- 5、客户关系建设
 - 1) 客户经理需要建设的人际关系网络
 - 2) 如何与关键客户建设个人关系
 - A. 关注客户的个人兴趣爱好
 - B. 关注客户的业务需求
 - C. 关注客户的外出行程安排
 - D. 关注客户的家庭
 - E. 关注客户组织内部的“政治”
 - F. 其他关注
 - 3) 在客户组织内部发展“教练群体”

4) 提升客户关系的层次

- A. 满足客户个人需求，帮助其成功
- B. 满足客户部门需求，提升其运作效率
- C. 满足客户公司战略需求，提升其竞争力

6、关于同行竞争

- 1) 在客户面前如何理智处理与其他友商的关系
- 2) 使用“软肋模型”合理地攻击或防御对手
- 3) 场外的功夫
 - A. 收集整理对手的详尽资料
 - B. 向客户生动地讲故事
- 4) 与同行竞争与联合