

客户引导与营销影响力塑造

文档版本：R2.1

发布日期：2015-5-5

Draft

【培训目的】

由于行业发展的日新月异，各专业供应商之间的竞争也日趋激烈，我们对一线客户经理的个人能力和职业素质需要提出更高的要求。实践证明，针对一线客户经理当前面对的商业工作环境，协助他们塑造良好的个人品牌和营销影响力，是迅速提升公司的客户服务能力以及有差异化的商业竞争力的有效途径。

本课程将以客户经理的个人品牌建设和营销影响力提升为主线，协助学员掌握在复杂的营销项目运作过程中，需要具备的知识、经验、关键技能，以及建立正确的解决问题的思维方式，全面开创客户、公司、部门和个人多赢的局面。

【学员收益】

掌握个人职业品牌提升和营销影响力（差异化的客户影响力）的方法；针对行业复杂的、高端的项目运作，掌握相关的营销方法和项目运作的技巧；协助学员解决工作的部分实战问题。

【培训对象】

客户经理、产品行销人员

【培训方式】

理论与方法30%、案例分析20%、演练与互动50%

【培训时长】

2天

【培训大纲】

开篇

- 1、客户眼里的传统客户经理形象与影响力
- 2、客户经理的困惑——为什么客户不喜欢我
 - 1) 工作常见困难分析和归纳
 - 2) 课堂互动：问题解决之道
- 3、优秀客户经理解决问题的方略
 - 1) 行业市场营销工作环境的变迁与分析
 - 2) 成功企业的营销策略和工作方式的发展
 - A. 被动式销售

- B. 猎手型销售
 - C. 顾问式销售（单兵版）
 - D. 项目型营销拓展
 - E. 深度顾问式营销（团队版）
- 4、客户经理的个人品牌形象定位与努力方向
- 1) 灵活做事——客户经理的六张职业脸谱
 - 2) 客户经理的知识结构
“杂家” - “T型”销售人才 - “Π型”营销人才 - 复合型顾问式人才
 - 3) 客户经理的资源管理能力
 - A. 单兵作战者
 - B. 本地工作资源整合者
 - C. 跨区域、跨流程工作资源整合者

第一部分 基础篇：客户经理个人品牌修炼与营销影响力塑造准备

- 1、个人品质准备：客户经理个人品牌建设要点分析
 - 1) 客户喜欢什么样的供应商代表：对销售人员的期待
 - 2) 客户经理个人品牌建设和职业素养修炼的十大要点
 - A. 成为让人信赖的客户经理的前提
 - B. 如何让客户喜欢你，接受你
 - C. 课堂演练
 - D. 视频学习与研讨：在陌生商业环境中营造和谐气氛
- 2、构建营销影响力体系的六大关键职业能力修炼
 - 1) 观察：用心去审视客户的细微世界
课堂演练：阅读和推断客户场景
 - 2) 倾听：听懂客户的关键需求
 - 3) 记录：建设丰富的个人商业情报库
课堂演示：商业实战情报库
 - 4) 思考：寻求开启客户心扉的钥匙
 - 5) 呈现：做一个有感染力的商业演说者
课堂演练：专业产品推荐
 - 6) 整合：持之以恒地锻炼为资源整合专家
 - 7) 课堂研讨：什么是对客户经理管用的资源

- 8) 视频学习与研讨：在困难局面中影响谈判对手

第二部分 实践篇：有差异化竞争力的营销方法与客户影响力

模块1：团队整合能力：内部资源整合与项目攻坚团队建设

- 1、营销拓展核心竞争力：后端支撑队伍整合与工作配合流程优化
- 2、学习榜样：现代军队和优秀商业实体的后端支撑链整合模式
- 3、一线办事处客户经理可以掌控的局面和工作范畴
- 4、团结一切可以团结的力量
- 5、视频分析：如何在复杂的市场环境下快速建设攻坚团队
- 6、演练：团队整合

模块2：项目策划能力：营销拓展项目策划与工作计划安排

- 1、营销项目策划对营销工作的意义和必要性
- 2、客户战略解读和机会点确定
 - 1) 客户战略研究和机会点确认
 - 2) 关键客户KPI分解和客户工作总体思路确认
- 3、典型项目策划的构成
- 4、项目分析：客户、对手、我方
- 5、策略制订
 - 1) 目标调整
 - 2) 差异化竞争策略制订和调整
 - 3) 编写项目策划方案
- 6、影响项目策划工作成功的关键条件和实战经验集
- 7、课堂演练：如何策划一个实战项目

模块3：客户关系建设能力：以团队之力，建设完整的客户关系平台

- 1、深度顾问式营销模式下的客户关系定位
 - 1) 从“甲方乙方”到“长期战略合作伙伴”
 - 2) 关系营销路径：局外人 - 好朋友 - 供应商 - 战略合作顾问伙伴
- 2、客户关系建设的原理
 - 1) 为何客户感觉与你有缘：一切源于精心设计

- 2) “社会交换”理论概述与商业世界关系营销应用
- 3、 如何与关键客户接洽和建立互信
 - 1) 客户经理需要建设的客户关系网络
 - 2) 客户关系建设实践
 - A. 关键客户关系建设如何起步
 - B. 客户经理需要关注研究的客户类别
 - C. 选择与锁定“领路人”
 - D. 重点客户关系维护与深化
 - E. 如何与支撑、服务、纵向一体拓展队伍协同客户关系建设与管控
 - F. 案例分析
 - 3) 课堂研讨：如何突破高端客户关系

模块4：需求挖掘与项目推进能力：客户拜访、核心需求挖掘与现场影响力

- 1、 客户行业研究策略与方法
 - 1) 案例分析1：为什么学习完顾问式销售技巧后仍旧困难重重
 - 2) 案例分析2：优秀顾问式营销人员的成长之路
 - 3) 客户行业研究的基本方法和修炼路径
- 2、 客户需求的类型
- 3、 获取客户需求的策略与方法
- 4、 重要客户拜访与演练
 - 1) 营销项目形势与拜访目标客户分析
 - A. 影响项目采购的五类客户之特点和我方的应对策略
 - B. 客户组织利益和客户个人利益分析
 - 2) 拜访活动策划
 - 3) 拜访活动准备
 - 4) 会谈友好气氛铺垫
 - 5) 进入主题的策略、路径、控场和需求确认
 - 6) 会谈总结与现场落实下一步计划安排
 - 7) 课堂演练：拜访客户中层、高层人员