

《客户哲学》----- 企业基业长青的秘诀

课程背景：

企业内部因客户价值文化的稀缺而直接影响企业的快速发展，通过对客户价值的认知，让企业从内到外有个全新的客户理念的改变，懂得如何做好客户管理。用团队意识管理者的思维来约束自己带领团队，经自己强大的执行力来带动团队的执行力，过通管理者的高效管理，发挥团队的强大力量，借助团队的实现公司的战略实施。

课程时间 1天

授课对象 企业中高层管理者、企业骨干人员、基层员工

授课方式 公开课/内训

课程目标：

- 1、明确客户对于公司的重要性；
- 2、掌握客户关系，建立高密度的粘性；
- 3、把握客户价值的原则得以实现双赢；
- 4、掌握客诉处理的方法与技巧；
- 5、公正公开的处理公司内部矛盾；
- 6、掌握上下级沟通的方法和技巧；
- 7、掌握客户价值修练的四要素。

课程大纲

客户价值----- 执行的动力和方向

一、什么是客户？

我们的衣食父母；是越用越多的资源；是我们的商业回报的重要来源。

没有客户价值,企业就死亡,不论它过去多么辉煌。

二、客户价值从人性出发

满足客户价值需求；超越客户既定的期望。企业生存的底线，执行的动力和方向。

- 1、如何提升客户满意度？
- 2、增加客户粘性？

三、做客户价值的策略

- 1、原则：高价值、低成本、可体验、能持续
- 2、方法：排除法、新增法、递进法
- 3、策略：心到、眼到、听到、口到，想到、手到、得到

四、如何处理客诉

真相第一，金钱第二

五、内部客户价值——只有内部客户价值，才会有真正意义上的外部客户价值。

1．对上级和平级：给提前量，给依据，给方案，给选择题

2．对下级：给激励，给成长机会，给原则，给方法。

六、如何解决内部矛盾？

真相第一，颜面第二

七、客户价值的修炼

- ✓ 你的客户是谁？
- ✓ 上周为这些客户做了哪些工作？
- ✓ 这些工作的结果是什么？
- ✓ 本周准备做什么事感动客户？

管理是一个过程，结果才是真正的目的，每一个环节都是为了企业能拿到更好的结果，不管是哪个级别，不以结果为出发点的工作都是“耍流氓”，本系列课程就是让大家明白，做为一个执行者，如何才能做出更好的结果，做为一个管理者，怎样才能把团队带好。