

《关系营销-中国式客情关系的建立与维护》

主讲：吴兴波

课程背景

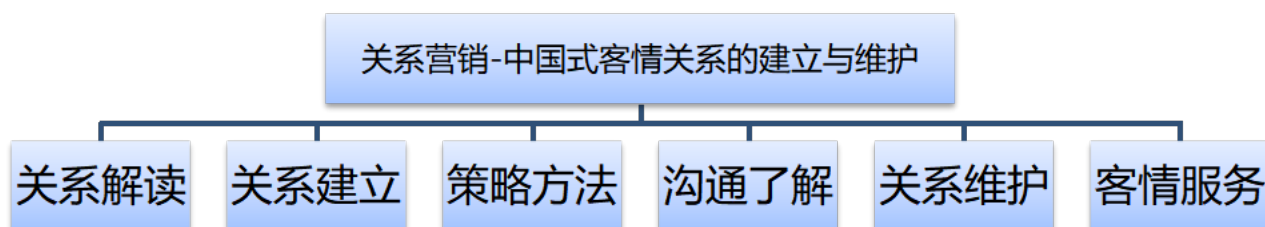
中国是一个关系型的社会结构，如何建立关系？借用关系？决定了销售的成败！
为什么销售人员总是不能同客户建立良好的客情关系？
为什么销售人员跟单到最后总差一步之遥？
为什么销售人员耗费了大量的时间却没有合作？
都有可能是你的客情“关系”出现了问题！
在中国做销售做的是顾客，是竞争，是品牌，是需求，是价值，更是建立在这些所有基础之上的关系，以上是基础关系是王道，这就是中国式客情关系营销！

课程对象 全体销售精英/销售主管/销售经理

课程形式 实战讲授/互动问答/案例分析/现场讨论/模拟训练

课程时间 1天（6个课时）（时间分配：实战讲授 60%，实战训练 20%，调整纠偏 20%）

课程架构



课程目标及效果

什么是中国式客情关系？如何运用策略建立中国式关系？
中国式关系营销的核心是安全与信任，建立信赖感的五缘四同步法则
同流才能交流，建立关系营销的有效沟通“同频共振”策略
如何维护中国式客情关系，如何加强并延长客情关系生命周期管理
借助关系营销建立合作忠诚度，掌握关系营销的三个条件和六大系统

课程纲要

第一部分：中国式客情关系的建立

1. 什么是中国式客情关系营销，中国式客情关系营销的前世今生
2. 中国式关系公式：关系=金钱+时间+面子
3. 中国式关系是“局”与梯队的关系，时代不同呈现的方式和内容就不同
4. 客情关系的核心是安全，言行举止得体，塑造可信可靠的形象

案例分析：不同时代下的中国式客情关系的变化

第二部分：良好的第一印象建立客情关系

1. 中国式关系营销的核心是安全与信任
2. 得体的服饰仪容，专业的商务礼仪，运用微笑的力量，塑造良好第一印象
3. 坐有坐相，站有站姿，给客户信赖的感觉
4. 同客户一样的“职业化”促进信任感觉

小组讨论：如何快速建立销售上的信任关系？

第三部分：运用策略建立中国式关系

1. 建立信任才有真实的关系
2. 运用赞美的力量，换位思考以客户为中心表示对客户尊重
3. 建立信赖感的五缘四同步法则
4. 快速建立销售信赖感的五纬度六个方法
5. 价值是一种感觉，感觉是一种策略

案例分析：XX 销售出自己的策略性公关

第四部分：有效沟通建立关系营销

1. 学会听，听重点，快速化解沟通障碍
2. 学会倾听的 3 个层面 12 个技巧
3. 会沟通有方法的 4 个目的和 1 个核心
4. 有效沟通的听说看问 4 种状态的应用
5. 说对话贵精要的黄金定律与白金定律

销售工具：客户问题一览表的提取与答案呈现

第五部分：中国式客情关系的维护

1. 在产品同质化的今天，我们靠什么赢得市场？获取利润？
2. 顾客有充分的选择权力，如果你不去维护你的顾客别人就会去维护
3. 判断客户关系亲近度的 4 种方法
4. 中国式客情关系的三大核心，加强并延长客情关系生命周期管理

小组讨论：顾客不总是对的，顾客错了怎么办？

第六部分：关系营销建立合作忠诚度

1. 保持沟通常态化，深化客情关系提高忠诚度
2. 建立物质外的感情纽带，尊重对方用心服务
3. 深度理解客情关系的三个忠诚度，客户跟定你的三个条件，有效管理的六大系统
4. 掌握客户抱怨、投诉的处理技巧

图示分析：客情关系生命周期不同阶段的 🚩 表象与补救措施