

# 合作共赢—线路客户管理

## 学习目标：

- 了解熟悉不同线路客户的业务运营模式
- 了解不同的思维模式，调整自己适应客户沟通风格
- 熟练掌握开场白、提问、倾听等沟通技巧，与客户建立信任的合作关系
- 能够了解并创建客户需求并以客户的标准评价成功
- 掌握利用产品和服务能给客户带来的利益来说服客户
- 熟练运用利润的故事和故事版与客户达成一致并有效处理客户异议
- 了解如何通过加强计划拜访、售点服务工作和成功图像保障售点的成功执行

**培训对象：**销售经理/主任、线路销售代表、客户服务经理/主任等

## 培训时间与方式：

- o 时间：2天
- o 方式：讲授、练习、角色扮演、案例研讨、讨论与分享

## 培训内容：

| 时间  |    | 培训内容  | 培训方法及演练  |
|-----|----|---|--|
| 第一天 | 上午 | <b>第一章：了解客户的业务模式</b><br>1, 不同渠道客户的特点<br>2, 路线客户的业务模式<br>超市/便利店、食杂店、餐饮、学校、网吧<br>3, 客户财务指标<br>财务术语与计算方法<br>4, 客户的战略 | 1.学员讨论不同渠道客户的特点，探讨需要什么样的服务<br>2.介绍客户的业务模式及核心驱动因素，学员讨论总结不同渠道客户的业务模式三角形<br>3.介绍客户财务指标，熟悉客户财务术语及计算方法<br>4.介绍可能的客户战略，学员讨论商超客户的常见策略 |
| 第一天 | 下午 | <b>第二章：客户的思维模式与沟通风格</b><br>1, 四种不同风格的思维模式<br>2, 客户思维模式判断<br>3, 不同思维模式的优劣<br>4, 调整适应不同的沟通模式<br>全脑漫游及沟通练习           | 5. 介绍全脑思维模式，学员练习思维模式判断<br>6.学员判断自己客户的思维模式<br>7.学员讨论不同思维模式的优缺点及如何调整自己以达到良好的沟通<br>8.介绍全脑漫游模式，学员进行全脑模式沟通练习                        |

|     |    |   |   |
|-----|----|---|---|
| 第二天 | 上午 | <p>第三章：与客户有效沟通</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1, 开场白</li> <li>2, 提问 (漏斗式) <ul style="list-style-type: none"> <li>• 提问的方法及类型</li> <li>• 问题漏斗</li> </ul> </li> <li>3, 倾听 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 倾听技巧</li> <li>• 无效倾听</li> </ul> </li> <li>4, 建立信任的客户关系</li> </ol> <p>第四章：创建客户需求</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 创建机遇</li> <li>2. 客户的评估标准</li> <li>3. 找出解决方案 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 找出解决方案</li> <li>• 找出替代方案</li> <li>• 制定正确策略四步骤</li> </ul> </li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1.介绍开场白三要素，学员练习开场白中的开场利益介绍</li> <li>2.介绍提问的方法及问题类型，重点是问题漏斗，学员练习设计问题漏斗并与学习伙伴对练</li> <li>3.介绍倾听的方法并进行倾听练习</li> <li>4.介绍建立信任关系的方法步骤及原则，学员分享建立信任的故事</li> <li>5.介绍如何将模糊的差距变成清晰的差距陈述</li> <li>6.学员根据情景案例讨论客户需求并用差距描述公式陈述</li> <li>7.了解不同客户的评估标准</li> <li>8.介绍如何找到解决方案及替代方案，学员进行四部脑力风暴练习</li> <li>9.学员根据提供的不同渠道客户情景讨论并制定解决方案</li> </ol> |
| 第二天 | 下午 | <p>第五章：与客户达成一致</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 产品及服务的特征与利益</li> <li>2. 有说服力的演示结构</li> <li>3. 利润的故事</li> <li>4. 故事版</li> <li>5. 处理客户异议</li> <li>6. 综合演练</li> </ol> <p>第六章：售点执行管理</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 计划拜访</li> <li>2. 零售点服务</li> <li>3. 成功图像执行</li> </ol>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1.介绍什么是特征与利益，学员进行寻找产品利益练习</li> <li>2.学员针对自己前述案例中的解决方案突显对客户的利益</li> <li>3.介绍演示结构，学员利用演示结构组织解决方案演示</li> <li>4.介绍利润故事，学员练习</li> <li>5.介绍如何使用故事版提高演示效果，学员创建自己的故事版</li> <li>6.介绍客户异议的类型及处理方法，学员演练</li> <li>7.学员按照要求进行综合演练，体现学习效果</li> <li>8.介绍售点执行管理的核心内容</li> </ol>  |

### 为什么要与客户有效合作?

**合作性的客户关系模型视图**

**客户目标**

- 加速盈利能力增长
- 改善体验
- 差异化竞争

**公司的目标**

- 扩大产品类别的规模和价值并抓住增长机遇

**共同实现买方价值最大化，每次一家完美门店**

*“与客户合作共赢” 在市场中实现了 CCRM*

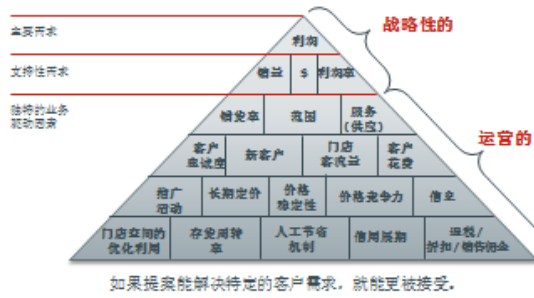
### 线路客户的渠道特点

网吧      超市/便利店      学校

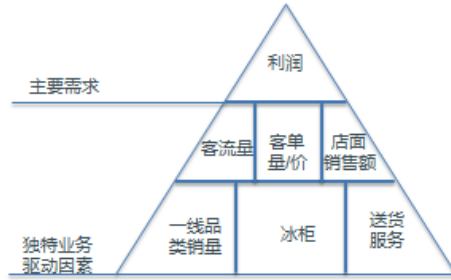
食杂店      餐馆

**> 小组讨论并列出不不同渠道客户的特点。(10分钟)**

### 客户业务运营模式—商超



### 客户经营模式—GT



### 全脑®思维模型:四个不同的自己的基础



### 适应不同的全脑®思维方式



### 有效开场白的要素



### 将问题漏斗化



**CONNECT 倾听式场合**

高  
深度聆听  
低

低 感知价值 高

**CONNECT 有效的关系建立在互信的基础之上**

显示出兴趣 关注细节

满足其需求 表现始终专业

- 可靠
- 直率
- 开放
- 接受

**CONNECT 如何建立信任**

**建立信任关系的方法**

如下三个方法可以帮助我们与人建立起良好的信任关系：

信任动力学 构建同理心 三大思维模式

**CREATE 清晰表述差距**

模糊的问题 清晰表述的差距

我需要提高销售。 每平方米销售额增加25%

出售机遇 - 还不是解决方案

**CREATE 制定正确的策略 - 四步式流程**

**SMART 目标**

1. 厘清问题内容，找出所有可能的策略 - 即最高可能的（期望回报率）
2. 综合策略选项
3. 选择方案分析 - 即最有可能被选用的
4. 量化选择方案，确定需求

**ALIGN 介绍解决方案的目的**

问题 需求 利益 特点

客户的需求 你的解决方案

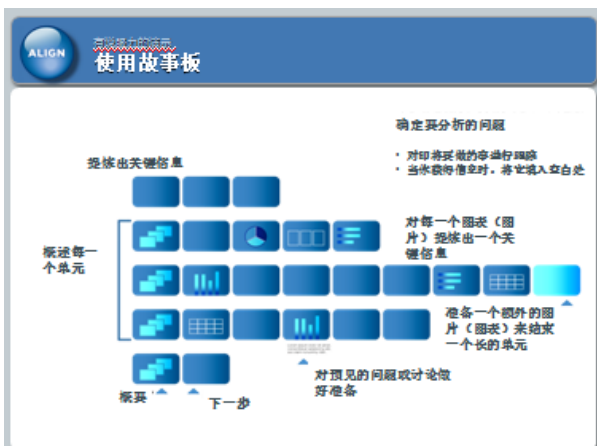
满足客户需求 = 为客户带来价值



### ALIGN 利润的故事

- 投资回报率
- 每平方米销售额 ( \$ )
- 每平方米毛利润
- 供应天数
- 周转
- 库存投资回报 (ROII)
- 你隔壁的老李是这样做的……

**任何可以打动客户做出购买决定或开启合作的故事都是利润的故事!**



### ALIGN 综合演练

- 综合准备你们的解决方案, 突出能够给客户带来的利益
- 组织问题漏斗, 设计提问的问题
- 在与客户的沟通中判断客户的思维习惯并及时调整自己的沟通风格
- 使用演示结构、利润的故事和故事版
- 恰当处理客户异议
- 观察员记录与反馈
- 演练总结

### EXECUTE 计划拜访

- 计划拜访清单
- 线路图
- 客户资料卡
- 拜访记录
- 渠道操作标准
- 生动化标准及工具
- 成功图像
- 促销计划
- 合作协议

### 学习日志

|     |       |
|-----|-------|
| 继续做 | 换种方式做 |
|     |       |
|     |       |
| 开始做 | 停止做   |