
《客户导向思维》课程教学大纲

课程名称：《客户导向思维》

课程性质：企业内训/公开课

教学时数：1-2天/6-12小时

课程简介：我们所作的每一件事，目的要么是想争取客户，要么是想维系客户。
——杰克·韦尔奇，对客户理解客户为什么这么难？在市场竞争激烈，优质客户稀缺的年代，客户的真正需求是什么？我们总是站在自己的角度去解读客户，销售自己的产品，其结果耗时费力，只有理解客户，与客户相向而行才能服务客户，增强客户的黏性，在服务客户满足客户需求的同时，我们才能取得更好的业绩

教学要求：采用课堂讲授、体验式活动相结合的方式进行，课堂讲授要求理论结合实际，运用大量案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，同时配备课堂练习和课后作业以巩固所学的知识。

教学纲要

第一章：客户画像

1. 客户身份数据
2. 洞察客户的喜好
3. 预测客户的购买倾向
4. 其他形式的的数据
5. 增加互动的技巧
6. 增加客户忠诚度的技巧
7. 客户画像的方法
 - ✓ 购买金额
 - ✓ 购买频次
 - ✓ 购买价位
 - ✓ 购买习惯
 - ✓ 年龄
 - ✓ 性别
 - ✓ 身份
8. 客户画像后的 RFM 分析法
9. 客户画像后常数据分析图表
10. 建立客户连接点
11. 客群分析：到站人数/到访频率/到访时长/过客分析
12. 客户漏斗形成聚焦：最终 APP 深度用户。
13. 通过微信与微博做营销平台，通过 APP 来做粘度。
14. 强化社交与体验，淡化硬性促销。

第二章：客户需求挖掘

一、客户购买力的分析

1. 客户购买决策

2. 影响购买的因素

3. 产品性价比

4. 品牌影响力

5. 产品使用性能

6. 产品的体验感

7. 公司的营销政策

8. 售前售后服务

二、客户分析的方法及工具

1. 定性预测

1) 购买者意向调查法

2) 销售人员综合意见法

3) 专家意见法

4) 市场式销法

5) 市场因子推演法

2. 定量预测法

3. 工具：数据分析工具应用

4. 工具：SWOT 分析使用

5. 客户的 RFM 分析法、

6. 客户的 CLV 分析法，

第三章：客户的心理与行为判断

壹、客户行为与心理

1. 客户需求理论

2. 购买场景与心理

3. 客户的购买动机

4. 客户购买的兴趣点

5. 购买的一般心理过程

6. 需求性购买动机

7. 心理性购买动机

-
8. 购买动机的可诱导性
 9. 购买决策心理
 10. 知觉在营销活动中的作用
 11. 感觉：视、听、嗅、味、触觉等。

式、 客户行为语言的心理分析

1. 眼神的分析与判断
2. 面部表情的分析与判断
3. 肢体语言的解读
4. 语气语调的分析与判断
5. 客户公司地位的判断
6. 客户办公场景的解读
7. 客户服饰的解读
8. 案例：WTO 谈判的启示
9. 案例：邓总的肢体语言

第四章：客户满意度管理

10. 什么是客户满意度
11. 留住客户的基本步骤
12. 客户分类的主要方法
13. 重点客户的管理
14. 客户管理的工具表单
15. 客户信息管理
16. 客户利润分析
17. 客户发货流程
18. 如何处理客户投诉
19. 客户的相处六大技巧