

《邮政信息洞察与客户开发及管理》

课程名称：邮政信息洞察与客户开发及管理

课程性质：企业内训

课程学员：营销部门人员、管理相关人员

授课时间：（1.5天）

课程简介：行业洞察是营销的一个重要环节，古时打仗首先要有“探马来报”，商场如战场，切不可盲目轻敌。行业洞察涉及的内容较多，行业外部的有经济环境、有商业氛围和购买力及客户偏好。行业内部有整体的行业市场空间、竞争对手的实力状况等，掌握行业及行业标杆的做法才能在“富矿区”进行挖掘，迅速的开拓行业和客户。只有信息准确才能更好的掌握客户的需求的预测，也才能做好客户开拓、切实提高工作效率，提升销量。

德鲁克说：“企业的核心工作就是为客户创造价值”，可见客户是企业的重要资源。传统时代是“买”的没有“卖”的精，互联网时代是“卖”的没有“买”的精。客户资源稀缺的状况，那么我们如何开发与维护？将客户从竞争对手处吸引过来。

教学要求：采用课堂讲授与课堂讨论相结合的方式，课堂讲授要求理论联系实际，运用大量实践案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，讲师运用多媒体课件和网络技术作为教学辅助工具，同时配备课堂练习、现场互动以消化老师的课程内容。

确保效果的培训方式

① 课程时间分配：

理论讲解 30% 实战练习 20% 课堂互动 10%

重点案例 30% 工具使用 10%

教学大纲：第一章：邮政洞察与信息挖掘

一 利用百度指数分析

- 1) 多维度分析关键词热度及其变化
- 2) 百度指数概况分析

- 3) 百度指数热点趋势分析
- 4) 百度指数-需求分布分析

二、挖掘其它信息的途径

1. 其他网络平台数据分析
2. 政府网站分析获取信息
3. 上市公司年报分析获取信息
4. 行业报告
5. 商协会行业协会
6. 产业链分析

。。。。

讲解：如何见微知著、窥一斑而见全豹，讲师通过亲身实践、大量案例教会学员具体的方法，省时省力、即学即会，实操见效。捕捉行业信息
农村经营微商、电商热点、挖掘更多商机。

三、竞争市场分析

1. 竞争对手的选择
2. 竞争对手数据分析
3. 竞争对手的渠道策略分析
4. 竞争对手产品策略分析
5. 竞争对手营销策略分析
6. 竞争对手价格策略分析
7. 促销与动销分析
8. 竞品的行销模式分析
9. 竞争对手团队战力分析
10. 竞争对手投入产出分析
11. 市场调研报告的撰写

讲解：竞争对手数据获取的方法，竞争对手在市场上的表现是我们打败他们的重要依据，同时要在市场上形成差异的竞争策略，这些都必须了解竞争对手的状况，掌握了方法就不难突破，讲师可以现场回答

学员提问，让学员彻底搞懂本环节。

四、客户需求分析

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

五、市场分析的方法及工具

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. 工具：市场调研的“头头是道”
6. 案例：宝洁公司利用市场调研击退雕牌

讲解：还有更多，如客户的 RFM 分析法、CLV 分析法，都是客户需求分析的方法。掌握客户需求，才能获取更多商机，制造客户需求。

各项营销工作才能有的放矢，精准、高效。

第二章：客户开发与销售技能

1. 销售拜访常见的错误
2. 拜访前的准备

3. 成功拜访的细节

4. 客户信息资料分析
5. 选择行业的保龄球的原则
6. 发觉客户“鱼塘”的方法
7. 客户分析的四个重点
8. 客户开发的十大误区
9. 自我介绍？
10. 怎样将异议变为机会？
11. 随时小心我们的“雷”
12. 提问的三种方式
13. 我们会问吗？
14. 我们会听吗？
15. 我们会说吗？
16. 如何建立产品的信任状
17. 客户开发的十大思维
18. 客户行为的心理分析
 - 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) 客户办公场景的解读
19. 如何建立信任感
 - 1) 信任感的具体体现

- 2) 营销人员的“精气神”
- 3) 营销人员穿着与仪容
- 4) 营销人员表情与动作
- 5) 语言节奏与语音语调
- 6) 守时守信
- 7) 证人与证言
- 8) 专业性的体现
- 9) 辅助资料 and 工具

21.案例：客户信息表存在的问题？

22.工具：介绍产品的 FABE 模式

讲解：客户拜访与销售技能，是营销的硬功夫，必须有实战型的老师，将学员带入场景，切实答疑解惑，解决实操中的困难，克服各种心理和技能上的障碍，快速破局。

第三章：如何破解客户的抗拒感

1. 巧说反话，迂回攻心
2. 用一点压力促使客户果断下单
3. 欲擒故纵，表露不情愿心理
4. 小恩小惠好做大买卖
5. 巧对客户的价格异议
6. 让利改变客户的心理
7. 同理心使客户与你走的更近
8. 迎合客户的上流阶层意识
9. 用小话题掀起客户的情感大波澜
- 10.案例：啰嗦型的客户影响工作怎么办
- 11.案例：如何搞定变卦的客户？
- 12.工具：SPIN 销售法的运用

讲解：客户开发、商务谈判就是心理素质的较量，对目标客户要有能力消除他的抗拒感，堵住客户的各种借口。

第五章：客户的成交

1. 搞定客户的四项基本原则
2. 客户成交预测五步法
3. 客户成交的“六脉神剑”
4. 成交的七大信号
5. 成交的二十二种方法
 - ① 直接要求成交法
 - ② 非此即彼成交法
 - ③ 最后机会成交法
 - ④ 激将成交法
 - ⑤ 假设成交法
 - ⑥ 小点成交法
 - ⑦ 保证成交法

。 。 。 。 。 。

6. 工具：客户企业人际关键的两张图

7. 案例：“倔唐总”是如何突破的

讲解：客户的成交是临门一脚，没有方法和技巧往往功亏一篑，抓住时机、善于营造成交的氛围果断夺单。

第四章：客户售后与满意度提升

1. 什么是客户满意度
2. 不同性格客户的分析
3. 应对不同客户的方法
4. 留住客户的基本步骤
5. 客户分类的主要方法
6. 重点客户的管理
7. 客户管理的工具表单
8. 客户信息管理
9. 客户电话信息
10. 客户利润分析
11. 客户发货流程
12. 客户需求分析
13. 合同管理

14. 如何处理客户投诉
15. 客户档案管理
16. 客户信息保密制度
17. 客户关系的管理
18. 客户的相处六大技巧