

《工程企业目标客户解析与管理》

课程提纲：

一、如何选择目标客户

- 1.1 客户组合
- 1.2 客户开发策略
- 1.3 客户的终身价值
- 1.4 选择时机
- 1.5 创建渠道

研讨--如何有效管理并搞定客户

二、确定目标客户的需求

- 2.1 了解客户需求的必要性
- 2.2 通用事项
- 2.3 客户的项目计划
- 2.4 客户采用的采购模式
- 2.5 自己的竞争对手
- 2.6 选择流程和评估标准
- 2.7 资金筹措——项目是如何获得资金的？
- 2.8 客户的主要联系人

研讨--如何有效策划并布局市场？

三、塑造服务满足客户需求

- 3.1 审查客户的需求
- 3.2 站在客户的角度
- 3.3 SWOT 分析
- 3.4 客户的考虑是否有什么遗漏？
- 3.5 提升客户价值
- 3.6 客户分组
- 3.7 业绩和优势
- 3.8 建立信任
- 3.9 独特的卖点
- 3.10 差异化
- 3.11 与客户建立融洽关系的策略

研讨--如何让企业在市场中脱颖而出？

四、传达企业的能力和可用的资源

- 4.1 提升提供的资料
- 4.2 推介行动与交付的关键事件
- 4.3 推介受众
- 4.4 推介内容

五、提供增值

- 5.1 获得增值的策略
- 5.2 管理大客户
- 5.3 管理流程
- 5.4 有选择性地分配时间
- 5.5 管理客户团队

- 5.6 建立新关系
- 5.7 交叉销售
- 5.8 提出正确的问题
- 5.9 客户评审会议
- 5.10 管理客户的期望
- 5.11 审查交付的服务
- 5.12 获得客户的推荐

六、建立专业可信的形象

- 6.1 行业知识的可信度
 - 6.2 特定行业的演示介绍信息
 - 6.3 关键人员简历
 - 6.4 历史经验与业绩关键信息
 - 6.5 项目业绩表和案例研究
- 研讨—客户管理能力画像