

客户开发与客户关系管理

——如何让你的客户喜欢上你的心理工具

本课程注重于企业客户关系的建立与维护、大客户管理等，逐步培养学员的职业能力和素质，同时也使其具备了触类旁通地解决以后工作中所遇到问题的能力。

【课程大纲】

一、注重客户

- 1、谁是客户？
提议者、影响者、决策者、购买者、使用者、评估者
- 2、客户导向的意义
- 3、客户角色的认知
- 4、组织市场客户的行为特征
- 5、购买流程框架

二、客户购买产品时，他们会考虑什么因素？（客户购买注点管理）

- (一)、需求、愿望和期望
 - 1、需求
 - 2、愿望和期望
 - 3、顾客的价值、成本与风险
- (二)、客户购买过程的管理
 - 1、购前阶段
 - 2、购买阶段
 - 3、购后评价阶段
- (三)、产品属性
 - 1、搜寻属性
 - 2、经验属性
 - 3、信任属性
 - 4、产品属性理论的应用

二、如何让客户持续地购买我们的产品？（客户关系管理）

- (一)、关系营销理念
 - 1、关系营销理念及其指导作用
“一个中心、两个基本点”
 - 2、关系营销的目标与途径
 - 3、关系营销的6个市场领域
 - 4、关系营销的实施步骤
- (二)、顾客满意理念
 - 1、顾客满意理念的目标指向
 - 2、顾客满意理念指导下的企业营销策略
- (三)、超值服务理念
 - 1、超值服务及其系统
 - 2、顾客附加价值与理想服务

参、什么是真正的客户关系管理？

(一) 认识人际关系

- 1、交换理论在人际关系中的运用
 - 商品
 - 服务
 - 思想情感
- 2、认识沟通与人际关系在生活工作中的价值
 - 马斯洛需求原理的延伸
- 3、分析目前人际关系的现状，确立训练目标
- 4、总结人际关系的基本法则，发现问题实质
- 5、建立良好人际关系的基本法则
- 6、良好印象的重要途径
 - 给人良好印象的简单方法
 - 永远保持舒服的第一感觉
- 7、谈话高手的必然守则
 - 如何让别人热爱与你谈话
 - 如何谈话让别人感觉幸福
- 8、赢得友情的核心办法
- 9、体现在乎别人的三大原则
- 10、如何真诚赞美

(二)、CRM 介绍

- 1、CRM 需求分析
- 2、实施 CRM 的误区和风险分析

(三) 有效实施 CRM 的步骤和方法

(四) 客户生命周期管理

- 1、用户与潜在客户细分的标准如何确立
- 2、如何挖掘潜在客户使之成为用户呢？
 - 潜在客户销售控制法
 - 如何协助销售人员来提升销售阶段
 - 如何分析与诊断销售状态
 - 让潜在客户转变成为用户的关键在哪里
- 3、让不同用户产生增值的策略与机会点在哪里

(五) 一对一营销概述

四、客户满意与客户忠诚

(一) 什么是客户满意度？

- 1、客户管理难道只是减少投诉吗？
- 2、全面提升客户满意度的奥秘在哪里
- 3、客户满意度的具体指标
- 4、建立一对一的个性化服务体系

(二) 获得客户忠诚度的秘诀

(三) 战略性客户服务的机会

(四) 客户流失管理与重获

- 1、客户关注的服务价值
- 2、客户的流失的原因
- 3、客户流失带来的波浪反应
- 4、重获客户的机会与方法

五、展开销售会谈的方法 (E. K. Strong, professional selling skill)

(一) 专业化销售的接触阶段

- 学会制造一个好的销售会谈气氛
- 掌握在销售会谈中留下良好印象的方法
- 牢记在接触阶段必须做的和必须避免的行为

演练：你是如何跟客户做“开场白”的？

(二) 帮助客户发现需求

- 学会如何使客户产生购买兴趣
- 学会挖掘客户需求和愿望的技巧
- 建立和制造相应的销售工具及小组练习
- 掌握获得客户资料和情报的指导方针
- 有效的人际沟通技巧

实例：当客户说“你的东西太贵了”，怎么办？

(参) 专业化销售的呈现阶段

- 介绍如何了解自己产品的特性以及客户利益的关系 (FABE)
- 掌握自己产品与客户需求，客户利益之间的关系及分析
- 学会如何呈现能使客户接受的“方案”和“报价”
- 掌握呈现的技巧

学习专业化呈现的指导方针及小组作业

专业化销售的决定阶段

- 介绍何为客户的决定
- 学习获得客户购买的技巧，跟进的技巧及主要性
- 学习获得更多交易的基本知识
- 掌握使用销售决定的几种方法
- 理解客户购买的各种讯号和兴趣

处理及克服客户购买异议的方法

- 客户有异议的原因和目的
- 如何分析异议
- 介绍一种有效缓解异议并成功克服不利于销售的客户异议的方案
- 学会如何争取主动积极的态度化异议为问题

现场事例分析

□ 实践小组及个人学习

(Role Play, 角色扮演)

- 销售实情演习
- 实际的个人参与性
- 用演习的方法加强对所学重点的记忆，使学员获得更强的信心