

1、客户关系管理类：客户《常青企业的客户忠诚度养成计划》

课程培训对象： 企业客户服务部门管理者

课程推荐理由：

这门课程围绕着客户全生命周期中不同阶段的消费行为和服务体验标准，深入探讨获取新客户之后如何保障服务满意度进而提升客户忠诚度？如何深度挖掘客户潜在需求，创造后市场客户价值？如何预判、防止、挽回老客户的流失？如何透过客户社群的维系提升客户口碑、客户推荐值从而低成本的获取更多新客户，实现企业常青的理想状态。

培训课程大纲：

第一单元：企业常青的秘密：如何真正理解客户的价值

- 一、最大化客户的终身价值才能创造企业的常青
- 二、如何管控客户生命周期中的五个客户关系期

第二单元：从客户生命周期的转化模型中聚焦关键时刻

- 一、识别客户生命周期中的角色转化
- 二、针对不同客户不同角色阶段的管理策略
- 三、通过客户关系管理引领客户向忠诚客户转化

第三单元：如何提升客户忠诚度延续客户生命周期

- 一、客户的重复购买不意味着客户忠诚
- 二、了解客户忠诚度形成的四个关键阶段
- 三、打造长青企业客户忠诚生态的三个关键要素

第四单元：以客户为中心才能理解客户忠诚

- 一、客户满意不等于客户忠诚
- 二、竞争对手是瓦解客户忠诚的黑手
- 三、客户忠诚源自于体验的评价标准与感知

第五单元：如何制定有效的客户忠诚度计划

- 一、建立客户对企业品牌的信赖度和归属感
- 二、创建客户、企业、外界的三重互动生态
- 三、创造超预期的产品体验和客户服务感受
- 四、打造不满意也会忠诚的客户管理体系