

线上会议组织和沟通

课程背景：

在疫情背景下，传统模式不能适用，企业如何保持长盛不衰？
客户对于公司来说是非常关键的，如何推动客户拓展的不断前行？
企业的客户需求在不断发展，我们如何能够跟上客户发展的步骤？
我们如何预测客户企业未来的发展方向？
如何调整公司的资源，实现线上沟通，为企业持续发展奠定基础？

课程说明：

线上沟通基于特定的背景，运用特定的渠道，和客户建立合作共赢的关系，并引领未来企业的发展方向。

《线上会议组织和沟通》课程就是帮助企业学员来学习如何通过几个实战技巧，与客户达成合作。

课程收益：

《线上会议组织和沟通》可以使与客户打交道的人员明白如何抓住客户心理，如何挖掘客户需求，如何寻求达成共识，在使用线上沟通工具时，有哪些具体注意事项。

同时学员将会学习并掌握如何制定线上沟通计划，如何与客户决策团队维护好关系，如何推动项目前行。

《线上会议组织和沟通》将有助于您实现以下目标：

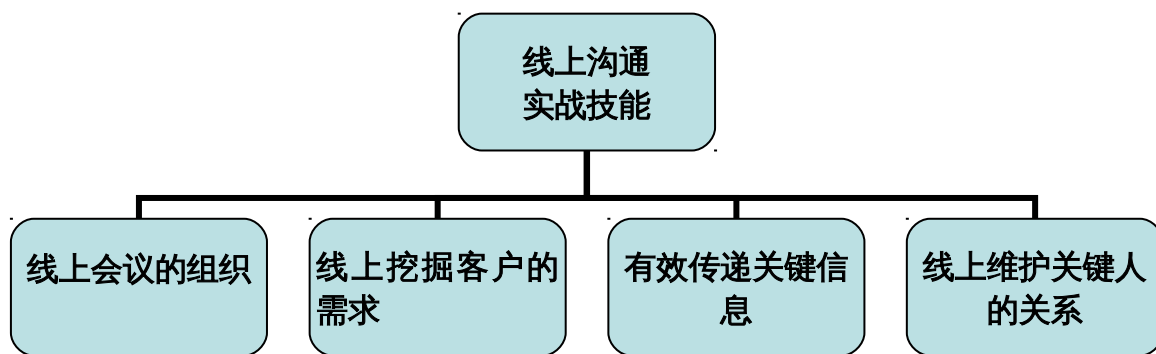
- 正确理解大背景下的特定时刻；
- 掌握线上沟通的工具；
- 学习线上沟通的方法并制定销售计划；
- 与客户关键决策人制定沟通策略；
- 掌握项目管理能力，推动合作落地；
- 不断提升与客户的战略合作关系。

课程时间：1-2天，6小时/天

课程对象：公司营销、客服部门经理、总监及管理层；企业其他部门的高级管理人员；企业各部门中有资深经验（通常6-10年），有较强影响力的员工

课程方式：授课、视频、互动、小组练习、案例讨论等

课程模型：



课程大纲

前言

线上沟通的构成、因素、难点

线上沟通的作用

第一讲：线上会议的组织

一、线上会议的流程

1. 时间、地点、人物

2. 目的和形式

3. 内容

二、确保关键人的积极参与和互动

1. 互动：节奏，小方法

多长时间需要互动？

几种互动小方法

4. 互动基本原则

认同客户

鼓励客户

顺理成章等

练习活动：与客户互动

第二讲：关键人的需求探询

一. 争胜赛

思考：客户的需求

二、线上沟通中的需求探询

1. 合适的探询问题梳理

2. 适当的探询开发程度

3. 探询的时机

4. 运用差距模型

需求探询的角色扮演

第三讲：有效传递关键信息

一、信息与故事化

1. 自我评价

2. 讲故事

3. 讲生动的方法

4. 引导与听众的互动

二、练习

1. SPARE 模型练习

2. SLOGAN 练习

第四讲：线上关系维护

一、寒暄

1. 常见问题及产生缘由

2. 时间和效果

3. 寒暄话题

4. 分享活动

二、后续推进

1. 内容推送

工具：多媒体社交工具

2. 朋友圈和点赞

3. 问候和祝福

4. 接触时间点

回顾与探讨，理解线上会议组织和沟通的要素

一、回顾线上会议组织和沟通各种要素

1. 回顾线上会议组织和沟通的四大要素

2. 制定个人行动计划

二、行动计划交流

1. 行动计划交流

2. Q&A