

营造高效的客户关系

课程背景：

在市场激烈竞争的现代社会，企业如何持续有效发展？

客户变动很快，流失率高，如何避免这种现象？

能否发展出一批对企业高度忠诚的客户群，优先与你们合作？

新客户开拓很辛苦，是否有老客户帮你介绍优质客户？

课程说明：

客户关系是营销人员特别关注的重点，赢得客户关系，同时也就是赢得了客户信任，获取了客户忠诚度。在市场日益成熟的今天，一个忠诚的客户给企业带来的价值是不可替代的。

《营造高效的客户关系》课程就是帮助企业学员来学习如何通过几个关键方面的不断努力，营造出高效的客户关系，获取客户忠诚度。

课程收益：

《营造高效的客户关系》可以使与客户打交道的人员明白如何建立客户关系，建立客户关系的三大方面，在各个不同方面应该掌握的各种攻略。

在本课程中，学员将会学习和掌握建立客户关系的理念和方法，理解客户关系的三大方面和相关技能，发挥应有的作用。

《营造高效的客户关系》将有助于您实现以下目标：

- 正确认知客户关系和客户忠诚度；
- 学会了解客户的背景；
- 学会了解如何建立人际关系；
- 学会了解如何做出承诺并兑现承诺；
- 知晓建立客户关系的途径；
- 擅于维持客户关系，提升客户忠诚度

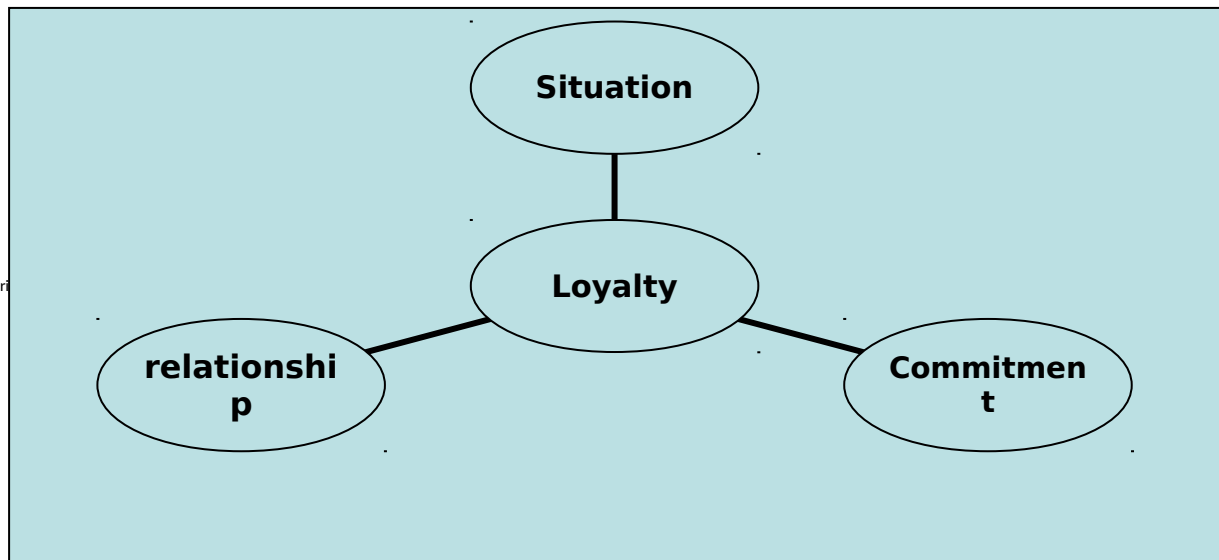
课程时间：1天，6小时/天

课程对象：主要面向公司营销、客服部门的资深员工、主管、经理

来自企业各部门，需要与客户、公司总部、政府、各管理部门打交道的员工

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

第一讲：客户关系体系描述（1次课时）

一、客户关系体系框架

互动：新客户 VS 老客户

1. 关于客户关系

- 1) 为什么要营造客户关系？
- 2) 高效客户关系能够与客户结盟
- 3) 高效客户关系最终能够帮助企业发展，赢得市场

2. 营造客户关系的三大关键方面

- 1) 客户关系的理解、信任和承诺
- 2) 客户关系中的情境目标、人际目标和业务目标

模型：支撑客户关系的三大基石

第二讲：理解客户所处的情境（1个课时）

一、建立客户关系的有效时机

1. 建立客户关系的有效时机

- 1) 如何把握沟通时机？
- 2) 规划与客户沟通的路径图
- 3) 建立客户关系的各种机遇

工具运用：客户接触的路径

2. 客户会面步骤

- 1) 与客户会面的目的与准备
- 2) 建立良好的沟通氛围
- 3) 与客户会面的几大步骤

工具运用：会面的步骤

二、掌握客户的感知，期望值和满意度

1. 客户的各类需求

- 1) 客户的业务需求
- 2) 客户的情感需求
- 3) 客户的想法、情绪与决定的因果关系

模型：感性需求和理性需求

4) 挖掘和引导客户需求

2. 客户的满意度

- 1) 客户的期望值与满意度来源
- 2) 各类服务的一致性与客户满意的持久性 (成功服务的标准)
- 3) 客户的满意度与客户关系的营造

互动研讨：把握客户的需求和期望值

第三讲：明确自身定位，积极引导交流，论证并作出决定 (2次课时)

一、运用综合影响力，推动客户决定

1. 客户决定的来源

- 1) 客户的情绪和判断
- 2) 结合客户的目标

2. 帮助客户做出你期望的决定

- 1) 你的积极表达能力
- 2) 你的有效论证，掌握有效的论据

3. 几种棘手情况的处理

- 1) 客户投诉处理的要点
- 2) 如何拒绝客户
- 3) 如何面对客户的质疑
- 4) 其他可能的棘手情况

案例：对待客户提出的要求

三、为再次合作提出建议

1. 为创造销售，增加合作，提出新建议

- 1) 几种有效的再次销售的建议模式

2. 增加销售和合作的有效实践

- 1) 案例分享 (关注客户、善意建议、新产品等)
- 2) 你的有效实践和分析及成功服务案例分享

案例：风险防范

四、培养客户的偏好

1. 客户忠诚度的体现

- 1) 忠诚客户 VS 普通客户

2. 客户偏好的培养

- 1) 客户偏好与客户忠诚度
- 2) 客户偏好的培养实践

案例：咖啡和大蒜

总结 理解营造客户关系的各种要素

一、回顾要素和营造路径

1. 回顾建立高效客户关系的各种关键要素
2. 理解客户的各种目标，掌握建立高效客户关系的路径图

二、行动计划交流

1. 制定行动计划并交流
2. Q&A