

新媒体营销和客户关系

课程背景：

新媒体时代，如何利用互联网来推动营销？

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：

本课程是现代营销人员关注的重点，如何利用新媒体营销，如何客户信任，获取了客户忠诚度，并在这个基础上不断进行推广。在市场日益成熟的今天，一套组合拳才能真成功正赢得。

《新媒体营销和客户关系》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：

《新媒体营销和客户关系》可以帮助与客户打交道的人员，学习如何利用微信群、社交媒体来推动营销，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新媒体营销的理念和方法，理解客户关系的三大方面和相关技能，发挥应有的作用。

《新媒体营销和客户关系》将有助于您实现以下目标：

- 正确认知新媒体时代下的互联网特点
- 学会微信和社交群营销；
- 学会如何获取客户信任；
- 学会如何在获得客户认可的基础上，不断推荐新产品；
- 擅于维持客户关系，提升客户忠诚度

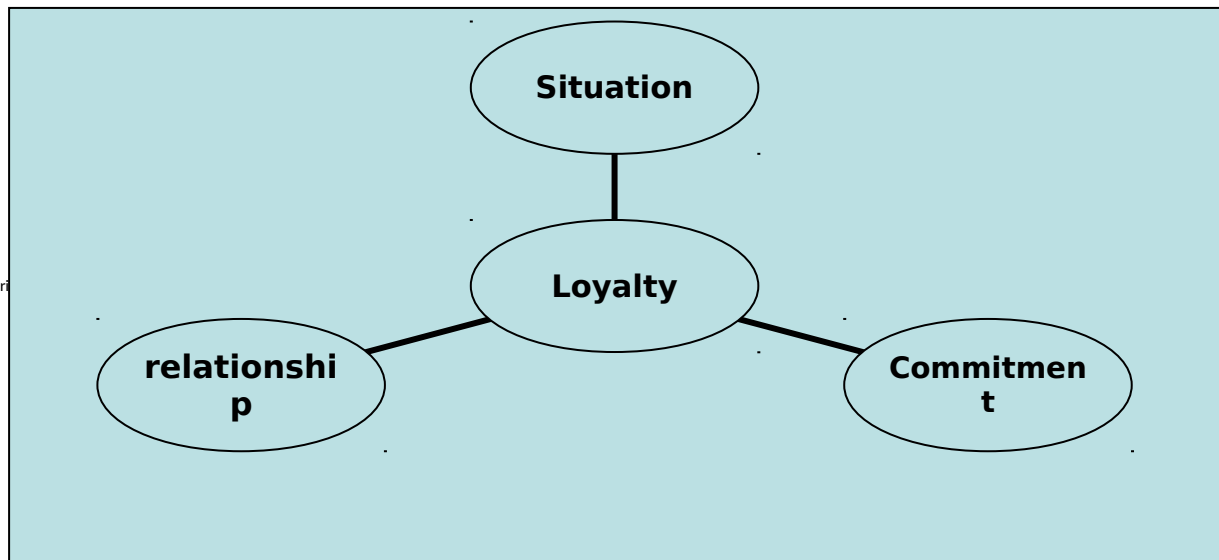
课程时间：2天，6小时/天

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：移动互联网时代的特点与营销趋势

一、互联网时代的特征

1. 关于时代特征

- 1) 平等（知识、信息）
- 2) 大数据
- 3) 无边界化
- 4) 注重精神层面

2. 移动互联网时代的 3S 营销趋势

- 1) Social：社群化
- 2) Service：服务提升附加价值
- 3) Share：分享与合作

二、微信群运营技巧

1. 微信公众平台的运营技巧

- 1) 如何精准吸引粉丝
- 2) 软文的组织与推送技巧
- 3) 如何提升软文曝光度

2. 朋友圈的营销技巧

- 1) “朋友”是不付工资的销售员
- 2) 如何扩大朋友圈内的影响力
- 3) 朋友圈发布内容的技巧
- 4) 朋友圈的大禁忌

3. 朋友圈发帖礼仪

- 1) 发帖礼仪
- 2) 评论和点赞礼仪

第二讲：理解客户所处的情境

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

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

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：提升自身职业素养，获取客户好感和信任

一、获取客户好感的时机

1. 客户好感的来源

1) 第一感觉的组成

2. 获取好感的原则

1) 4X20 法则的运用

3. 礼仪的重要性

1) 礼仪的作用

2) 礼仪的运用

工具运用：商务礼仪

二、获取客户信任的关键

1. 专业素养的形成

1) 你的良好沟通能力

2. 模仿客户，与客户保持一致

2) 客户的兴趣点和思维模式

3. 积极的倾听与反馈

1) 倾听与反馈

2) 有效进行重组采取正确的行动

互动：谁是沟通达人？

三、用同理心技巧来解决情绪问题

1. 识别情绪

1) 情绪类型和表现

2. 运用同理心

1) 同理心的特点和运用

2) 获取客户情感上的认可

练习：同理心的语言

第四讲：明确自身定位，推动作出决定并培养偏好

一、明确自身定位，职业角色和人际定位

1. 自身的职业角色

- 1) 角色和定位
- 2) 营造高效客户关系所应该具备的七大素养

2. 有效引导交流

- 1) 各种提问工具和其特点
- 2) 运用 GUIDE 提问技巧来有效引导客户

测试：你的人际定位

二、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

案例：风险防范

三、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

第五讲 理解本课程的各种要素

一、回顾本课程

1. 回顾如何进行新媒体营销
2. 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