

客户关系是第一生产力——解密华为客户关系经营之道

你们公司是否在客户关系方面面临如下困境？

困境一：客户关系掌握在个人手里，人一走，关系也一起带走——关系能力没有建立在组织和流程上；

困境二：公司战略制定与年度工作规划缺少客户信息有效支撑；

困境三：没有完整的客户关系资料库，无论项目运作还是客户接待，都因为客户信息不足导致无法管理客户决策链；

困境四：客户关系预算经常超标，投入产出效益低；

困境五：缺乏全员承接客户关系的理念；

困境六：员工缺乏客户拓展能力和方法，尤其是高层关系拓展；

课程收益：

价值一：学习分层分类客户关系经营的方法，保障资源效率最大化；

价值二：掌握构建全面立体的客户关系管理的实战方法；

价值三：学会如何量化客户关系现状并制定相应提升计划；

价值四：学会建立客户档案（CP）和竞争对手档案（VP）；

课程特点：

- “三讲、三不讲”：“三讲”——讲真话、讲实话、讲有用的话；“三不讲”——微信头条上的不讲、教科书上的不讲、人云亦云的不讲；
- 实战性：“在战争中学习战争”，不玩高深理念，强调训战结合，紧扣行业特质，真正帮助学员“听得懂、学得会、用得着”，有非常强的实战指导性和操作针对性；
- 系统性：从“道、魂、术、器、法”等层面层层解析，步步落地，从宏观到微观，全方位的提升学员系统和框架思维，构建立体的知识架构；
- 咨询式授课：采取“案例解析+思维引导+工具落地+行动计划+现场辅导”五位一体咨询式培训模式，真正让学员拿到行动方案，让学员学了就能用，用了就见效。

课程时间：2天，6小时/天；

学习对象：企业经营管理团队、营销团队、中层干部、核心骨干等；

课程方式：训战结合、全程互动、案例丰富、现场实操；

课前要求：请企业准备课堂案例，小班教学，每班人数控制在30人以内。

课程大纲

Day 1 客户洞察与客户选择 & 客户关系规划

第一篇 客户关系发展概述

- 1、企业为什么需要做客户关系？
- 2、企业在客户关系方面面临哪些挑战？
- 3、客户关系举足轻重；
- 4、华为客户关系适用于哪些业务场景？

【研讨 1】如何拓展客户关系？

第二篇 客户洞察与客户选择

- 1、客户选择与管理客户联系；
- 2、客户洞察的重要性；
- 3、如何进行客户洞察；
- 4、客户选择与分级管理；
- 5、确立大客户服务策略；
- 6、跟踪与监控客户策略；

【实战演练 1】制定公司的分层分级分类标准；

第三篇 客户关系规划

- 1、华为的全面客户关系管理；
- 2、客户关系规划四步法；
- 3、普遍客户关系规划；
- 4、关键客户关系规划；
- 5、关键客户关系规划的五个步骤；
- 6、发展客户中的教练与建立组织信任；
- 7、关键客户拓展卡片；

【实战演练 2】针对不同接触场景客户进行关系拓展的演练；

Day 2 客户接触管理、期望值管理 & 客户档案管理

第四篇 客户接触管理

- 1、客户接触是一门艺术；
- 2、关键客户关系拓展管理；
- 3、关键客户的需求挖掘；
- 4、不同支持度的关键客户应该如何拓展；
- 5、关键客户关系拓展注意事项；
- 6、基于项目生命周期的普遍客户关系拓展管理；
- 7、普遍客户关系拓展常用方法；

第五篇 客户期望与满意度管理

- 1、管理客户声音；
- 2、管理非技术问题；
- 3、客户满意度调查与改进；

第六篇 客户档案管理

- 1、客户资产由员工所有变为公司所有是一个挑战；
- 2、客户档案（CP）；
- 3、供应商档案（VP）；

【实战演练 3】从客户档案分析与竞争对手档案中看机会看风险；

——课程总结——