

卓越的客户关系管理与维护

课程简介：

面对客户、运营商不断变化的需求与市场变动，市场销售人员如何去管控客户？如何与我们的大客户建立信任关系？如何维护与发展与客户的持久合作关系？不同客户的关系维护与沟通有哪些技巧？这些问题直接左右企业的营销业绩。

本课程以专业化视角及创新突破思维为企业销售人员量身打造“专业、实战、实效”的客户关系管理与维护课程。通过本课程的学习，学员可以对客户关系管理的基本理论，方法与工具有了进一步的理解，并能在实践中对客户的具体情况加以有效实施。同时致力于为企业锻造一批素质硬、能力强、心态好、情商高的优秀营销人，为企业的长期发展打下坚实的基础。

培训对象：销售骨干、客户经理、管理层

授课方式：理论讲授+案例剖析+小组研讨+情境演练+游戏互动

培训天数：2天，6小时/天

第一单元：认识客户关系管理

- 1、 客户关系管理的基本概念
- 2、 从“客户接触”到“客户关怀”
- 3、 “客户关怀”最有意义的四大变量
- 4、 衡量客户关系管理的 6 大指标
- 5、 从销售沟通和销售流程的角度看客户关系管理

第二单元：客户期望与客户感知管理

- 1、 客户期望与客户满意度的关系
- 2、 动态管理客户期望
- 3、 对客户期望管理的思考
- 4、 客户评价的两个维度——过程与结果
- 5、 客户服务的基本流程构成
- 6、 为什么要研究“客户感知”
- 7、 客户感知的“关键时刻”
- 8、 “服务包”与客户感知
- 9、 增加客户感知的有效途径

第三单元：市场营销中的客户关系管理

- 1、客户信息收集与对客户的评价
- 2、客户区隔：客户分群与客户分级
- 3、信任建立：有效建立客户信任策略
- 4、关系营销：利益是纽带，信任是保证
- 5、关系建立：组织利益与个人利益
- 6、客户关键人物识别与维护技巧

第四单元：销售过程中的客户关系管理

- 1、把握好客户角色
- 2、有效建立和客户的情感
- 3、客户认知的建立与把握
- 4、激发客户购买动机
- 5、关注客户的采购流程
- 6、常规性周期型客情维护
 - A、周期性情感电话拜访
 - B、周期性实地拜访
 - C、重大节假日客情维护

※贺词载体的选择

※贺词内容的确定

※道贺要亲历亲为

※要送有“来历”的礼品

7、与客户的关键人建立关系

A、 关键人策略成功六步走法

B、 内线和关键人的特征

C、 与关键人建立关系

第五单元：客户服务过程中的客户管理管理

1、 有效的客户反馈

2、 客户抱怨投诉处理

3、 开展客户满意度调查

4、 提供有效“解决方案”的技巧

5、 提升客户忠诚度的9个心理学技巧

第六单元：客户关系维护沟通技巧

一、 客户沟通心态与技巧

1、倾听与顾客相像

完美倾听 6 大要素

2、生理同步状态

A、文字

B、语言调

C、肢体动作

3、情绪同步

4、语速语调同步

5、语言文字同步

6、肢体动作同步

二、沟通误区与解决

1、“但是”与“同时也”

2、“我们”的运用

3、品质沟通五要素

- ◆ 目标
- ◆ 方法
- ◆ 利益

- ◆ 心态
- ◆ 风格

4、沟通中的基本礼仪标准

- ◆ 敲门与进门
- ◆ 座肢与座位
- ◆ 话术：开门见山要点
- ◆ 心态与沟通模式
- ◆ 离开与跟进

5、识性别——临场应变不同性别客户的沟通技巧

A、与权威支配型性格的客户的信任建立

——与“巴顿将军”类型客户的沟通之道

B、与热情互动型性格的客户的信任建立

——与“克林顿”类型客户的沟通之道

C、与老好附和型性格的客户的信任建立

——与“圣雄甘地”类型客户的沟通之道

D、与谨慎分析型性格的客户的信任建立

——与“比尔·盖茨”类型客户的沟通之道

E、不同性格的销售人员如何与客户建立信任

——了解自己的性格类型，调整自己的处世风格，建立和谐的客户关系