

客户精细化服务与关系营销

主讲：金玉成

课程背景：

企业生存来源于客户，对于客户的经营与管理需要的不仅是耐心，还有与客户的有效沟通与价值体现。要真正深化与客户的关系就要贴近客户，了解客户需求，进行有效沟通；要跟客户之间建立战略合作伙伴关系，彼此之间要诚信互信，共享知识。在维护客户关系上要创新，不能只停留在低层次的公共关系方面，要寻求深层次提升客户价值，帮助客户成功。客户关系要基于价值链，确定买卖双方双赢、共享的关系，通过这种策略联盟与合作提升双方之间在价值链上的整体竞争能力。

课程对象：

课时安排：1天，6小时/天

授课方式：

理论讲授、案例分析、工具分享、小组研讨、场景模拟、互动提问、启发教学

课程大纲：

一、客户开发与管理

- 1、寻找准客户的关键策略
- 2、客户个人资料的搜集
- 3、客户的评估过滤准备
- 4、客户的有效管理

二、与不同个性客户打交道——客户性格分析

- 1、几种性格特征的客户

- 2、测试及讲解：全脑测试及分析
- 3、测试及讲解：人际沟通测试及分析
- 4、与不同个性客户有效沟通的方法
- 5、沟通环走模型
- 6、沟通是不同个人品牌间的互动

三、精细化服务塑造信任关系

- 1、信任关系的意义
- 2、识别信任的三种状态(红,黄,绿)
- 3、建立保持信任关系原则(独特理念)
- 4、建立个人的信任三要素
- 5、建立品牌信任策略
- 6、建立信任是个理性思维过程
- 7、得到客户信任是感性结论
- 8、人情关系动力模型（做人情关系的实用方法工具）
- 9、做人情关系的原则(优秀销售人员的共同特征)

四、有效提升客户的满意度与忠诚度

- 1、客户满意与满意度
- 2、影响客户满意度的因素
- 3、提升满意度技巧
- 4、客户忠诚度与满意度的关系
- 5、客户关怀公式

五、客户关系管理

- 1、客户关系管理
- 2、客户服务分类
- 3、常用人性化的客户服务及关系维护
- 4、客户满意度分级
- 5、客户关系分类
- 6、客户关系管理结构
- 7、客户关系管理的工作步骤
- 8、销售人员在客户关系管理中的失误
- 9、如何判断与关键客户的关系是否稳固
- 10、不断提高客户转移成本
- 11、客户关系营销
- 12、客户关系管理的定义
- 13、关系管理的营销学基础

六、挖掘客户深度需求

- 1、拜访前如何确定问题
- 2、见面时如何提问
- 3、说服技术在沟通中的运用
- 4、力量型提问的使用
- 5、带来销售革命的 SPIN
- 6、塑造价值、制造共同渴望
- 7、特征与收益的区别

七、与客户的促成技巧

- 1、如何创造双赢？
- 2、保持问题的个人属性
- 3、如何有效促成？如何造势？
- 4、如何以退为进？如何占据主动？
- 5、如何松动对方立场
- 6、六种实用促成策略
- 7、促成中的人际关系把握
- 8、环境营造的学问