

市场潜力挖掘与回款技巧

第一部分 市场潜力挖掘

1. 客户信息如何来？
2. 市场调研数据的使用
3. 利用互联网信息资源
 - ✓ 搜索引擎
 - ✓ 行业报告
 - ✓ 天眼查、企查查
 - ✓ 微信社群
4. 行业与区域市场形状
5. 我为什么找不到客户
6. 寻找客户的方法有哪些？
7. 客户分析的四个重点
8. 客户开发的十大误区
 - ✓ 重拜访轻周期
 - ✓ 重公关轻方案
 - ✓ 重成交轻挖掘
 - ✓ 重推动轻拉动
 - ✓ 重高层轻基层
 - ✓ 。。。。
9. 如何让客户主动找我们

10. 开户开发的十大思维

- ✓ 姜太公思维
- ✓ 池塘思维
- ✓ 对标思维
- ✓ 共享思维
- ✓ 结构思维
- ✓ 。 。 。

11. 案例：这张客户信息表的问题在哪里？

12. 工具：头头是道的运用

第二部分：如吸引客户

1. 保持粘性的方法
2. 促销种类、时机、方式
3. 样板客户的力量
4. 客户的相处六大技巧
5. 新的套餐和解决方案
6. 面部表情的分析与判断
7. 语气语调的分析与判
8. 案例：烛龙说赵太后的启示
9. 案例：微信维护客户关系
10. 案列：8848 手机产品介绍的启示

第三部分：如何给客户带来价值

1. 顾问式销售 VS 传统销售

2. 客户为什么不满足
3. 巧对客户的价格异议
4. PIP 利润增长提案
5. PIP 利益增长提案数值的提取
6. “额外”利益的力量
7. 客户满意度的管理六法
8. 案例：邦迪的产品故事化
9. 案例：创维的顾问式营销
10. 案例：产品介绍的编、导、演
11. 案例：可口可乐返利的故事

第四部分：客户转介绍的方法

1. 要求转介绍的时机
2. 转介绍在客户关系中的位置
3. 客户转介绍的注意事项
4. 客户社会资源的挖掘的方法
5. 案例：华为公司的转介绍
6. 案例：售后客服的转介绍
7. 案例：送合影镜框又成一单

第五讲、应收账款的产生和影响

一、企业应收账款是如何产生的？

1、 外部原因环境

2、企业内部因素

二、应收账款管理的动力来源——为什么要加强应收账款管理

- 1、应收账款管理与企业资金需求分析
- 2、有应收账款问题引起的企业资金周转危机
- 3、应收账款问题产生的成本和潜在危害
- 4、应收账款管理与市场销售的权衡
- 5、绩效考评

三、赊销客户的分析

- 1、欠款客户的分类
- 2、客户欠款的两大根本要素
- 3、客户拒绝付款的借口

第六讲、客户信用与市场信息的综合分析处理

一、信用管理流程的思路

- 1、信用管理职能的合理设置
- 2、信用管理人员的素质要求
- 3、信用管理人员的技能要求
- 4、信用管理制度制订

二、市场信息的收集

- 1、采集客户信息方法
- 2、客户档案建立

三、客户信用甄别方法

1、客户信用评价的“5C”理论

2、常用的信用评价模型---授信决策

3、授信决策的作用

四、客户信息的获得渠道及使用

1、预防商业欺诈

常见的商业欺诈手段

如何防范商业欺诈

2、信用管理客户的分类

不同的管理角度对客户分类依据不同

信用管理客户分类的依据

3、新客户所关注的信息点

体现合法性的信息

体现资本实力的信息

体现业务发展潜力的信息

4、老客户所关注的信息点

体现各种变动状况的信息

体现资本周转状况的信息

体现交易记录的信息

5、核心客户所关注的信息点

核心客户的特点

管理核心客户的要诀

五、客户分析

- 1、客户偿债能力分析
- 2、客户营运能力分析
- 3、客户获利能力分析
- 4、合理信用期限的考虑因素

第七讲、催款技巧

一、 催款形式

- 1、电话法
- 2、信函
- 3、面访

二、 优势催款法

- 1、不开先例技巧
- 2、规定期限技巧
- 3、最后出价技巧

三、 劣势催款法

- 1、疲惫技巧
- 2、攻心技巧

四、 处理僵局技巧

- 1、僵局产生的原因
- 2、避免僵局的发生
- 3、应对僵局的技巧

五、 沟通的重要性

- 1、单向沟通

2、双向沟通

3、影响沟通的因素