

## 《邮政客户拓展的营销技能》课程教学大纲

**教学时数：**一天

**培训对象：**客户管理、营销人员

**课程收益：**使学员掌握客情维护、客户关系管理、以提高客户满意度，提高客户管理中的效率，降低客户管理成本。系统学习客户评估的方法及工具运用，集中精力服务对公司有价值的客户，满足有价值客户的需求、挖掘客户需求、提高公司收益。了解速递客户营销策划的基本方法。掌握互联网大数据、新营销、微信、抖音等新营销手法提升业绩。

**确保效果的培训方式：**

理论讲解 40% 实战练习 20% 课堂互动 10%

重点案例 30%

**课程大纲：**

### 第一部分：寄递经理的能力

1. 营销的三个时代
2. 互联网时代 4P 和 4C 的变化
3. 成功从优秀员工做起
4. 客户心目中营销人员的形象
5. 重要的第一印象
6. 基本的商务礼仪
7. 电话营销的能力
8. 见微知著的能力
9. 数据分析的能力
10. 慧眼识人的能力
11. 调动资源的能力
12. 写方案的能力
13. 客户经理的自信心
14. 大客户经理胜任力模型

### 第二部分 客户的开发

1. 企业的第一使命是什么？
2. 客户的定义
3. 三、20/80 原则
4. 这张客户信息表的问题在哪里？
5. 客户信息如何来？
6. 市场调研数据的准确与使用
7. 行业与区域市场形状
8. 考察市场的五勤系
9. 选择行业的第一只保龄球的原则
10. 寻找客户的方法有哪些
11. 我为什么找不到客户
12. 客户分析的四个重点
13. 客户开发的十大误区

### 第三部分：客户客情关系维护

壹、客户行为语言的心理分析

1. 眼神的分析与判断
2. 面部表情的分析与判断
3. 肢体语言的解读
4. 语气语调的分析与判断
5. 客户公司地位的判断
6. 客户办公场景的解读
7. 客户服饰的解读

## 二、不同类型的客户心理分析及对策

1. 犹豫不决型客户
2. 脾气暴躁型的客户
3. 沉默寡言性的客户
4. 节约俭朴型的客户
5. 虚荣心强的客户
6. 贪小便宜型的客户
7. 滔滔不绝型客户
8. 理智好辩型客户

## 三、如何管理客户满意度

1. 什么是客户满意度
2. 客户满意度的指标
3. 做好客户心里预期管理
6. 重点客户的管理
7. 客户分类的主要方法
8. 控制客户的 7 种方法
9. 客户管理的工具表单
10. 客户信息管理
13. 客户信息保密制度
14. 客户关系的八大输出
15. 客户的相处六大技巧
16. 如何处理客户投诉

## 第四部分：客户价值评估

### 一、客户数据分析与客户画像

1. 客户数据分析
2. 预测客户的购买倾向
3. 增加互动的技巧
4. 增加客户忠诚度的技巧
5. 互联网精准营销关键词
6. 客户画像的方法
7. 客户画像后的 RFM 分析法
8. 客户画像后的数据分析图表
9. 建立客户连接点

### 二、客户价值评估常用的工具与模型

1. RFM 模型
  - ✓ 最近一次消费频率
  - ✓ 消费评率

- ✓ 消费金额
- 2. CLV 模型，客户生命周期价值模型
- ✓ 投入成本低
- ✓ 投入成本低
- ✓ 目前利润高
- ✓ 目前利润低
- ✓ 未来利润高
- ✓ 未来利润低
- ✓ 未来盈利高
- ✓ 未来盈利低
- 3. 客户社交价值模型
- 4. 确定信用评估标准

## 第五部分 客户需求的深度挖掘

### 一、客户分层的方法

1. 高价值客户
2. 有价值客户
3. 保本客户
4. 客户营业额
5. 公司产品利润空间
6. 产品类型
7. 客户合作度
8. 客户规模
9. 目标客户
10. 潜在客户：

### 二、如何锁定关键人建立强粘性

1. 搞定客户的三张图
  - ✓ 组织结构图
  - ✓ 组织角色图
  - ✓ 客户的业务流程图
2. 如何在客户方编织关系网
3. 如何建立快速建立信赖感
4. 关键人和你的关系程度如何判断
  - ✓ 批评不忌讳
  - ✓ 当众说小话
  - ✓ 成过交帮过忙
  - ✓ 私密交往
  - ✓ 敢自黑说实话
5. 如何保护关键人
6. 建立粘性的法方法
  - ✓ 价值观趋同
  - ✓ 一起做过事
  - ✓ 产品“中毒”
  - ✓ 有求于你
  - ✓ 信息屏蔽

## 7. 案例：碎片的信息的判断价值

### 三、目标客户商机挖掘

1. 用户分析的四个重点
3. 精准营销目标要明确（针对现有客户）
4. 获得用户：挖掘潜在用户
5. 留住用户：维护现有用户
6. 激活用户：激活休眠用户
7. 如何让用户主动找我们
8. 案例：这张用户信息表的问题在哪里？
9. 工具：存量客户开发的思维
10. 工具：头头是道的运用
11. 顾问式销售的特点
12. 站在客户的角度制定最佳的解决方案
13. 客户利润增长提案 PIP 数值
14. 客户利润增长提案内容
15. 顾问式销售的要素
16. 顾问式销售操作过程
17. 解决方案呈现技巧
18. 工具：问话的六大模型
19. 工具：用 SPIN 模式挖掘客户痛点

### 四、如何给客户带来超值感

1. 客户重复合作的逻辑
  - ✓ 企业的资金需要
  - ✓ 客户之间的关系
  - ✓ 产品的价值
  - ✓ 品牌选择
  - ✓ 。。。。
2. 客户为什么不满足
3. 巧对客户的价格异议

### 五、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. 转介绍的七步骤
  - ✓ 诉苦示弱
  - ✓ 提供思路与方法
  - ✓ 树立良好的心态
  - ✓ 及时追踪与反馈