

新形势下客户保有与存量客户价值提升

(讲师：杨睿)

课程背景：

通信行业在进入到全业务时代后，运营商之间的竞争已经进入到全面白热化的场面。存量经营即运营商针对现有客户，以提升客户忠诚度、释放客户价值为目的的一系列经营方针和策略，主要是通过客户信息挖掘、精细化管理、差异化服务来实现客户保有和价值提升。之前听到更多的是“存量保有”，从“保有”到“经营”，也体现出了运营商对流失率的控制更有信心，除了要留住客户，还要对客户价值进行挖掘和提升。

课程收益：

- 针对客户价值挖掘进行深入研究及探讨；
- 掌握存量客户市场状况及运营商策略分析；
- 掌握客户保有工作的基本策略；
- 掌握客户生命周期分析与理论应用；
- 掌握客户保有的技巧与方法。

课程时间：2天

课程对象：管理人员、市场人员、客户经理

课程方式：讲师讲授、案例研讨、角色演练、小组讨论等形式的互动式

课程大纲：

第一部分：存量客户市场状况及运营商策略分析

1. 存量客户的特征与分析

- 1) 存量客户市场的价值和意义
- 2) 存量客户的客户细分方法
2. 高价值客户的基本特征
 - 1) 中高端客户的需求认知
 - 2) 中高端客户的价值诉求
 - 3) 中高端客户的价值交换
 - 4) 何引导客户向中高端客户的迁移
3. 存量市场经营和客户保有的目标分析

第二部分：客户保有工作的基本策略

1. 如何实现客户的主动忠诚
 - 1) 做到最好是我们的理想
 - 2) 实现相对领先是最经济的手段
 - 3) 客户认同是最优方式
2. 实现客户被动留网的三方面措施
 - 1) 如何实现客户“不能走”？
 - 2) 如何达到客户“不敢走”？
 - 3) 如何完成客户“不让走”？

第三部分：客户生命周期分析与理论应用

1. 什么是客户生命周期
2. 客户生命周期的几个阶段

第四部分：客户保有的技巧与方法

1. 以应用促保有的技巧和方法

- 1) 号码增值是核武器
- 2) 独特应用绑定客户
- 3) 客户社区凝聚人心
- 4) 用得好才是真的好

2. 以服务促保有的技巧和方法

- 1) 基本服务内容（业务快捷服务、停机关怀服务、节日问候服务、号码管家服务、优惠预告服务、话费理财服务）
- 2) 恰当的服务效果最好
- 3) 让客户信任才是关键
- 4) VIP 管理应点面结合
- 5) 服务差异化须做到位

3. 以捆绑促保有的技巧和方法

- 1) 业务捆绑
- 2) 网龄捆绑
- 3) 积分捆绑
- 4) 余额捆绑
- 5) 利益捆绑
- 6) 智能捆绑

4. 以营销促保有的技巧和方法

- 1) 算好账感觉才合算
- 2) 理好财用户会买账
- 3) 口碑营销正向传播

- 4) 多渠道的融合便捷
- 5) 抓住机会雪中送炭
- 6) 体验营销互动沟通
- 5. 以关系促保有的技巧和方法
 - 1) 客户发展中的双多向互动
 - 2) 形成紧密的利益关系
 - 3) 注重长期的联系
 - 4) 集团业务与个人业务交叉
 - 5) 家庭业务与个人业务的融合
- 6. 以管理促保有的技巧和方法
 - 1) VIP 客户俱乐部的管理
 - 2) 客户行为的监测与预警
 - 3) 渠道间信息的高效流通
 - 4) 客户保有工作的流程设计
 - 5) 客户保有相关的激励

第五部分：客户流失预警与针对性保有策略

- 1、客户流失原因与保有策略综述
 - 1) 客户流失原因的一般性概述
 - 2) 中高端客户流失的主要原因分析
 - 3) 客户流失原因的现实情况
 - 4) 客户离网的真实原因挖掘
 - 5) 客户的流失预警分析方法

- 6) 客户流失预警模型的使用
- 2、针对性的预警客户保有措施
 - 1) 流失倾向的客户保有路线图分析
 - 2) 客户流失干预的关键时刻
 - 3) 客户的流失挽留技巧
 - 4) 客户离网挽留的话术
 - 5) 客户离网干预操作流程和规范
 - 6) 客户保有的战术措施

第六部分：存量客户的价值提升策略

- 1、存量客户的基于 ARPU 值模型分析
- 2、存量客户宽带 4G 终端套餐流量一体化价值提升
- 3、存量客户基于流量超出用户的 4G 套餐升档
- 4、以存量客户换 4G 终端为契机的融合产品营销
- 5、语音补贴流量模式的客户 ARPU 值的提升
- 6、以免费宽带免费看电视用 4G 套餐客户价值提升方法
- 7、客户个人融合与家庭融合套餐的一体化营销提升客户价值
- 8、以 4G 终端销售拉动客户价值提升的策略
- 9、基于客户模型和生命周期的存量客户价值提升

第七部分：移动存量客户保有的风险管控

- 1、存量客户离网现状原因规律的分析
- 2、存量客户规模化离网的预防
- 3、存量客户重要集团离网的风险预防处理

- 4、高价值客户的经营与风险管理
- 5、存量客户风险管理网的建设应用
- 6、存量客户风险管理的预案与应急机制
- 7、存量客户网络资费营销风险一体化管控策略
- 8、存量客户风险管理的培训与执行

课程总结与回顾

1. 课程主要内容总结与回顾
2. 答疑解惑