

客户经营精细化策略

课程大纲

培训目标：

提升学员对客户经营的系统认知，掌握客户经营的关键节点和管控策略，调动全员参与客户经营，熟练运用客户经营的针对性方法，提升直接提升客户满意度和忠诚度，扩大客户份额，提升销量。

培训内容：

第一部分：

什么是客户经营？

客户经营的最终目标分析

案例分析：海底捞的客户经营

对标案例：东风日产的客户经营

策略研讨：我们的差距在哪里？

客户分类界定：目标客户（有可能）、准客户（有意愿）、战败客户、老客户（已成交）
竞品客户

第二部分：

如何开展有针对性的客户经营？

了解客户的需求

客户经营的前提：客户调研

简单的客户调研工具的设计

如何将客户调研表格变成客户经营武器

客户调研结果分析与针对性研究

客户经营的五大核心任务

1、客户满意度提升

掌控客户服务过程的“关键时刻”

通过培训提升员工的关键时刻应对水平

2、客户日常关怀

客户关怀的价值

客户关怀的具体分类

如何做好生日关怀

案例：客户向服务人员送礼

如何做好个性化关怀

案例：信达福特的特殊天气短信

如何做好节假日关怀

如何做好客户例行回访

如何做好关爱提醒

3、创造客户感动

客户感动的价值

如何创造客户感动

案例：仙踪林奶茶老板做饭

关注细节、提高客户敏感度

案例分析：指标化的客户感动率

培育感动文化：变感动客户为指标

案例分析：非奢侈品的奢侈的客户感动

4、客户潜在价值获取

如何有效进行增值销售

如何赢得客户的持续销售

案例：HP 电脑的预防性维护

如何获取客户的转介绍

案例分析：客户推荐卡

案例分析：如何奖励转介绍的客户

关注客户的换新周期

客户挽留计划