

《5G时代的客户规模价值经营能力提升之道》

<培训目标>

- 1、 解读 2022 年工作会会议精神，了解存量价值经营的内涵，了解 5G、携号转网、异网漫游等对三大运营商的影响，并结合运营实际情况提供应对策略，
- 2、 综合考量客户保有与客户价值提升的协同，实现份额不丢、价值不降，
- 3、 从移动互联网时代存量客户的消费行为特征分析入手，结合大数据时代的聚类算法和通路修复，学习搭建基于客户标签的存量客户维系保有和价值提升策略框架体系，
- 4、 从渠道、产品、服务三方面入手，学习客户保有、价值提升的具体实施策略和实施办法。

<培训对象>

公司领导、市场部、分公司经理、服务策划主管、区县公司涉及存量客户管理、服务相关人员

<课程时间>

1-2天

<培训大纲>

一、2022工作会解读及存量客户保有和价值提升框架

1. 2022工作会会议解读及存量价值经营的内涵分析
2. 学习连接+算力+能力的内涵及与存量价值经营的关系
3. 学习存量客户保有和价值提升框架模型
4. 客户保有和价值提升总体思路
 - 合理合法的提高携出门槛的策略
 - 基于双高模型的客户忠诚度提升策略
 - 异网客户挖掘策略
 - 转出客户回流策略

二、存量客户价值保有和价值提升工作的总体策略

1. 如何实现客户的主动忠诚
 - 🚩 做到最好是我们的理想
 - 🚩 实现相对领先是最经济的手段
 - 🚩 客户认同是最优方式

案例借鉴：互联网公司如何实现客户存留和价值提升？

- ✚ 如何实现客户“不能走”？
- ✚ 如何达到客户“不敢走”？
- ✚ 如何完成客户“不让走”？
- ✚ 如何实现“价值提升”？

2. 通往客户保有的第三条道路

- ✚ 换个方式行得通
- ✚ 换个角度说的好
- ✚ 换个思维做反馈
- ✚ 换个措辞效果好

三、客户流失原因细分与针对性保有策略

1. 存量客户流失原因细分与保有策略综述

- ✚ 客户流失原因的一般性概述
- ✚ 存量客户流失的主要原因分析
- ✚ 存量客户流失原因的现实情况
- ✚ 存量客户离网的真实原因挖掘
- ✚ 存量客户的流失预警分析方法
- ✚ 存量客户流失预警模型的使用

2. 针对性的预警客户保有措施

- ✚ 流失倾向的客户保有路线图分析
- ✚ 客户流失干预的关键时刻
- ✚ 存量客户的流失挽留技巧
- ✚ 存量客户离网成本计算公式
- ✚ 存量客户离网挽留的话术
- ✚ 存量客户离网干预操作流程和规范
- ✚ 存量客户保有的战术措施

四、基于产品、渠道、客户三匹配（CPC）的客户价值提升的技巧与方法

1. 以“参与感”实现产品的口碑效应

- ✚ 家庭、信息化增值产品是核武器
- ✚ 独特应用类产品绑定客户
- ✚ 客户社区类产品凝聚人心

2. 以“归属感”实现人心凝聚

- ✚ 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）
- ✚ 恰当的服务效果最好

✚ 让客户信任才是关键

✚ 服务差异化须做到位

3. 以“渠道创新”和“营销创新”实现价值提升

✚ 算好账感觉才合算

✚ 理好财用户会买账

✚ 口碑营销正向传播

✚ 多渠道的融合便捷

✚ 抓住机会雪中送炭

✚ 体验营销互动沟通