

汽车配件售后客户关系管理

主讲：马诚骏老师

课程时间：2 天时间（9:00---17:30）

课程对象：配件售后管理人员，营销人员，

培训形式：导师讲解、大量案例分析，双向沟通、疑难解答、针对性讲解、参与式研讨。

课程内容：

第一章节：中国汽车行业发展分析，对汽车配件的市场影响分析

- 1、中国汽车行业的产能过剩，产品同质化竞争的现状。
- 2、汽车配件在汽车产业链所处的位置，未来的发展趋势。
- 3、汽车主机厂创新能力加快，对产品配件的研发速度与供货要求分析。
- 4、汽车主机厂在销售渠道上的发展与瓶颈，汽车经销商深度的配件库存，配件的流通，对配件行业的影响。
- 5、汽车配件营销理念的 4P 与 4c 的关系给我们带来怎样的市场观念

第二章节：配件大客户的沟通与售后服务策略

一、配件客户前期的情况了解分析

- 了解客户生产车型在市场的占有率与表现。
- 了解客户车型在市场中的配件反映情况，深入了解售后服务的收入与

体系。

- 了解正对客户车型的竞品信息，和竞品的推广策略。
- 竞品车型在车型配件方面的话术与基本配置。有针对性的对本品牌配件的话术解析与准备。
- 配件采购的流程分析，于提前邮件，电话，网络接洽事宜。

二、了解配件客户采购者的性格与客户特征分析

- 为什么要做客户的需求分析？需求分析给我们销售提供了什么？
- 需求分析时应该什么时间节点展开
- 案例分析：需求分析表的设计
- 需求分析的技巧分析（望、闻、问、切的技巧）
- 冰山理论了解客户的肢体语言，从显性到隐性需求的挖掘

三、了解采购客户的心理分析技巧与客户性格分类

- 案例分析：通过大家参与问题确定每组人员的性格
- 性格色彩与客户心理表现分析
- 主导型、社交型、个性型、分析型客户心理分析与性格
- 客户的哪些信息可以展现性格优缺点
- 互动案例：现场模拟不同性格人的购车现象，深度解析

四、根据配件结构编辑话术，设计本身配件的核心定位与亮点

- 现场根据配件讲解，（案例分析）

- 配件话术的编辑技巧与方法分析。
- 要紧密结合当下市流行的元素与配件给汽车质量，使用成本带来的优点分析。

五、如何提升配件员工的售后服务意识。

- 不会把客户的需求和预期放在第一位
- 做事情不能坚持不懈，保持一定的关注度，虎头蛇尾
- 不会站在顾客的角度考虑和分析问题
- 做事情总是别人找他沟通和链接，自己不会主动
- 无法在自己专业领域树立标杆，不像个内行的样子

六、如何有效处理客户投诉与抱怨

1、客户投诉的流程：客户意见接待---信息登记----经销商信息核查----再次与客户确定----拟定处理方案-----客户协调-----处理方案执行-----客户满意度调研---跟踪服务。

2、如何与客户沟通时判断客户的类型

- 案例分享：主导型性格的客户的投诉方式，社交型性格的客户投诉方式，分析型性格的客户投诉方式。分别用案例来阐述
- 不同客户类型的处理方法与技巧，（案例与学员互动，阐述处理方法）

3、与客户电话沟通的技巧与方法，了解客户的核心诉求与投诉重点。

- 电话的沟通时如何注意语气、语调、等技巧方法

- 与客户面对面沟通时使用的观察法、举例说明法、提问的方法分享
 - 客户投诉三部曲—明确事实—同意并中立化—提供解决方案—3F 法则。
- 4、如何判断客户是否曲解政策问题或者个人原因产生的投诉误解。
- 了解客户情绪，懂的情绪管理，通过客户情绪管理客户的投诉。
 - 沟通是保证与客户的同理心，用心去听取客户意见与想法

第三章节、客户忠诚度分析和竞争优势

1. 客户忠诚的四度分析法
2. 客户忠诚度最重要的五个指标与策略
3. 如何在客户心中建立品牌忠诚度?
4. 客户忠诚度的测试与调查；
5. 依存度对公司的影响与发展
6. 如何建立有竞争力的客户关系管理体系?