

# 物业公司大客户营销与维护

讲师：李豪

**课程简介：**《物业公司大客户营销与维护》课程通过讲授、案例、讨论、演练、训练、游戏、情景模拟、观看教学录像等互动的生动的授课形式，使得物业公司营销人员转换思维，运用各种技能与知识主动营销，掌握物业行业大客户营销和维护技巧，实现与写字楼、商业、住宅物业的开发企业的合作关系。

**课程时间：**2天

**课程对象：**物业公司管理层、物业公司营销人员、物业公司服务人员

**课程收益：**

- 1、认识物业行业大客户和大客户营销的特点，以及大客户营销对获得物业管理业务的重要性；
- 2、通过有效的主动开拓和营销渠道建设等方式获得大量有价值客户，为达成物业管理合作目标奠定基础；
- 3、掌握物业行业大客户开拓技巧，跟进技巧，拜访技巧；
- 4、掌握如何抓住和引导大客户的需求，建立信任，消除抗拒与异议。

**课程大纲：**

- 1 认识物业行业大客户营销
  - 1.1 认识物业行业大客户和大客户营销
  - 1.2 物业行业大客户的类型
  - 1.3 大客户营销的特点
  - 1.4 物业行业大客户营销的四个层次
- 2 物业行业大客户分析与营销渠道开拓
  - 2.1 物业行业大客户分类与特点

- 2.1.1 物业行业大客户主要特点
- 2.1.2 大客户主要需求分析
- 2.1.3 物业行业大客户最佳营销节点
- 2.1.4 大客户销售对象的层级及需求差异
- 2.1.5 物业行业大客户营销的流程与周期
- 2.1.6 建立与不同层级信任与良好沟通
- 2.2 大客户渠道建设与维护
  - 2.2.1 大客户信息与需求来源
  - 2.2.2 接近大客户和大客户关键人物
  - 2.2.3 物业行业大客户营销渠道开拓
  - 2.2.4 “六度关系”理论开拓法
  - 2.2.5 物业行业大客户开拓十法
- 3 大地产客户采购模式分析
  - 3.1 大客户采购过程分析
    - 3.1.1 建立需求（引导需求）
    - 3.1.2 信息收集
    - 3.1.3 比较分析
    - 3.1.4 策决购买
    - 3.1.5 满意度评估
  - 3.2 大客户内部信息传递特点
  - 3.3 大客户选择物业公司的五个核心点
  - 3.4 大客户采购计划的分析
    - 3.4.1 有效了解预算与倾向
    - 3.4.2 抓住关键决策人或号召人
    - 3.4.3 策划大客户营销计划与方案
- 4 客户跟进与客户拜访
  - 4.1 客户跟进技巧
    - 4.1.1 客户跟进的目的
    - 4.1.2 客户跟进的准备

- 4.1.3 客户跟进的方式
- 4.1.4 集团客户和大客户跟进技巧
- 4.1.5 客户跟进的要点
- 4.1.6 客户跟进的评估与总结
- 4.2 客户拜访
  - 4.2.1 客户拜访流程
  - 4.2.2 客户拜访预约
  - 4.2.3 客户拜访准备
  - 4.2.4 策划建立客户信任的开场白
  - 4.2.5 切入主题引起客户兴趣
  - 4.2.6 通过有效的发问了解客户需求
  - 4.2.7 引导客户需求
  - 4.2.8 消除客户抗拒八法
  - 4.2.9 通过客户动作观察客户心理与真实需求
  - 4.2.10 吸引客户到现场或相约下次见面
  - 4.2.11 总结整理
- 5 物业大客户营销维护技巧
  - 5.1 与客户确立合作关系有效三法
  - 5.2 清楚掌握客户物业公司选择的原则与条件
  - 5.3 为客户设计吸引对方核心关注点的合作方法
  - 5.4 让客户核心决策人认可我们的合作方案
  - 5.5 客户维护的五个关键节点
    - 5.5.1 客户第二回访
    - 5.5.2 客户提案阶段
    - 5.5.3 客户签约阶段
    - 5.5.4 进场实施阶段