

关系营销----中国式客情关系的维护管理

【课程背景】

目前，中国市场同质化严重，产品缺乏表现力，技术缺乏竞争力，关系缺乏持久力，品牌缺乏吸引力，产品销售成交周期较长，销售金额偏大。面对不断变化的市场环境，企业销售人员如何去开发客户？如何与我们的客户建立信任关系？如何维护与发展与客户的持久合作关系？这些问题直接左右企业的营销业绩。

本课程以专业化视角及创新突破思维为企业销售人员量身打造“专业、实战、实效”的培训课程，致力于为企业锻造一批素质硬、能力强、心态好、情商高的优秀营销人，拓展客户人脉关系，为企业的长期发展打下坚实的基础。

【课程目标】：

1. 学会与客户建立信任关系的方法，拓展人脉
2. 为客户提供买卖双方认同的解决方案
3. 掌握与客户关键决策者交往的技巧
4. 改善与客户的沟通界面
5. 提升深度管理客户关系的能力

【课程特色】：

课程内容丰富，案例翔实，并在不同环节结合课程需要穿插了许多演练环节，能够让学员在体验式的学习中做深入的工作思考。

【授课方式】：讲授 + 案例研讨 + 演练 + 影音分析

【课程对象】：公司客户经理

【课程时长】：6 小时

【课程模块】：

1. 竞争篇----让客户说咱的公司很靠谱
2. 服务篇----让客户说咱的服务很用心
3. 沟通篇----让客户说咱的销售很专业
4. 产品篇----让客户说咱的产品就是牛
5. 价值篇----让客户说咱的产品确实值
6. 管理篇----让客户说咱的管理值的学

【课程内容】：

一 . 竞争篇----让客户说咱的公司很靠谱

1. 客户服务面临的挑战
2. 客情服务与维护的重要性
3. 啥样的服务与维护才有价值
4. 客户真正想要的是什么
5. 衡量服务质量的标准

二 . 服务篇----让客户说咱的服务很用心

1. 什么是客情维护？

2. 影响客情关系的主要因素
3. 客户关系恶劣带来的影响
4. 客户的分类与维护标准
5. 如何建立客户信息数据库；
6. 如何明确客户管理工作的原则和标准；
7. 如何定制属于客户的专属服务；
8. 如何培养客户的忠诚度；
9. 客户管理“降龙 18 掌”；
10. 持续稳定提升忠诚度的 10 把金钥匙；
11. 中国式关系建立
12. 建立信任八大招
13. 与不同性格的客户建立信任
14. 如何满足客户的组织利益和个人利益
15. 与客户的关键人建立关系
16. 客户关系发展不同阶段的对策

三 . 沟通篇-----让客户说咱的销售很专业

1. 销售成交失败的关键原因
2. 销售与客户说话时间分布图
3. 为什么销售员很爱说却不爱问？

4. 销售员得学会提问
5. 问出需求和痛点的四步销售提问法
6. 销售员学会提问的四大模型
7. 销售员得学会正确聆听与方法
8. 销售员需掌握倾听的技巧，就像打乒乓球
9. 销售员必须克服的 6 个障碍
10. 4 个维度营造良好沟通氛围

四 . 产品篇-----让客户说咱的产品就是牛

1. 在严重同质化的环境之下，我们销售何去何从？
2. 让我们的客户多了解/多看看咱们
3. 如何挖掘那种产品的独特卖点
4. 展现产品的优势细节,并自信并理直气壮告诉客户
5. 销售员在产品介绍的五大链条
6. 销售员要做好产品全面分析与市场分析
7. 销售员要做好客户精准分析画像

五 . 价值篇-----让客户说咱的产品确实值

1. 展示成本法----让人们确信你的产品物有所值
2. 激发需求法----你必须要激发出客户强烈的需求
3. 纵向比较法----你把苹果和橘子放在一起做比较

4. 整套销售法----你可以整批整套的去销售
5. 利益好处法----你强调产品带给客户的利益好处
6. 效果对比法----你强调产品用与不用的差距
7. 免费服务法----你强调不花钱也能改善的方法

六. 管理篇----让客户说咱的管理值的学

1. 一起来看看阿里当年的销售窘境
2. 阿里当时如何破局的
3. 我们准备如何破局管理
4. 找对合适的人员
5. 整顿销售人员的懒散疲惫
6. 整顿销售人员的动作混乱
7. 整顿销售人员的鸡肋充斥
8. 整顿销售人员的成长拦路虎
9. 整顿销售人员的思路转变
10. 销售团队成员的狼性培养