

政企客户经理商机挖掘与客情关系维系技能提升

【课程对象】 一线政企客户经理

【课程时间】 1-2 天

【讲授方式】 理论授课+案例讨论+模拟训练+视频分享+小组 PK

【课程目标】

- 了解重要项目的商机拓展、挖掘与推进流程，掌握关键节点的把控技巧；
- 学习如何在整个营销过程中，不断促进高层及关键客户关系的进展和维系；
- 通过案例分享、模拟演练等方式提升学员的实战能力。

【课程大纲】

第一部分：政企市场与客户经理团队现状分析

- 如何看待目前客户经理这份工作
 - ◇ 公司究竟给了客户经理最有价值的东西是什么
 - ◇ 大客户营销工作的成就感从何而来
- 优秀客户经理的视野
 - ◇ 客户的角度
 - ◇ 公司的流程
 - ◇ 组织的文化
 - ◇ 行业的发展
- 案例分享：一个精英客户经理是如何“炼成”的

第二部分：大项目客户商机识别与转化

- 客户经理业绩诊断三部曲
 - ◇ 信息

- ◇ 商机
- ◇ 成交
- 我们所了解项目商机有哪些形态
 - ◇ 潜在商机
 - ◇ 显性商机
 - ◇ 有效商机
 - ◇ 未来商机
- 案例讨论：这些商机分别属于哪一类的商机
- 如何实现不同商机形态之间的转化和推进
 - ◇ 潜商机如何转化为显商机
 - ◇ 显商机如何转化为有效商机
 - ◇ 有效商机如何转化为成交客户
 - ◇ 为什么会存在未来商机
 - ◇ 不要被“伪商机”蒙蔽了双眼
- 案例分享：一个有效商机是如何变成未来商机的

第三部分：大项目客户商机识别与转化

- 客户组织架构与决策链分析
 - ◇ 如何利用工具进行客户决策链分析
 - ◇ 高中基层的需求分析
 - ◇ 组织需求与个人需求分析
- 案例分享：南京某政企客户部的“战略地图”
- 商机挖掘的话题切入点
 - ◇ 固话方面的商机如何切入
 - ◇ 宽带方面的商机如何切入
 - ◇ 手机方面的商机如何切入
 - ◇ 行业应用方面的商机如何切入
- 案例情景演练：商机挖掘过程演练
- 商机挖掘过程中的行业应用的话题如何展开
 - ◇ 公司的主营业务管理

- ◇ 公司的宣传及形象管理
- ◇ 公司的客户管理
- ◇ 公司的员工管理
- **商机挖掘的提问技巧**
- ◇ 如何引导客户全面、深入的谈论问题
- ◇ 如何让客户意识到问题的严重性及紧迫性
- ◇ 如何做话题的总结确认
- ◇ 如何为下一次的拜访留下由头
- **视频分享：客户经理与客户的对话，对你有什么启发**

第四部分：高层客户关系的维系与发展

- **客户经理与客户的关系建立路径**
- ◇ 陌生人
- ◇ 供应商
- ◇ 朋友
- ◇ 战略合作伙伴
- **案例分享：客户经理小王的困惑**
- **客户关系建立的三项核心原则**
- ◇ 投其所好最重要
- ◇ 物质利益不可靠
- ◇ 欲取先予下功夫
- **客户关系建立的小技巧**
- ◇ 短时多次
- ◇ 增广人脉
- ◇ 微信关怀
- ◇ 业务渗透
- **优化“客户触点”服务规范的要点**
- ◇ “关键时刻”理论在大客户销售过程中的价值
- ◇ 初次见面时的商务礼仪（介绍/握手/名片/乘车/就餐……）
- ◇ 商务沟通时的服务规范（邮件/电话/面谈/方案呈现……）

- ◇ “关键触点”时的服务规范（生日祝福/节日问候/请求帮助……）

第五部分：客户关系建立过程中的沟通能力

■ 建立融洽关系的沟通技巧

- ◇ 如何恰如其分的表达自己的欣赏和认可
- ◇ 怎样运用同理心来化解客户的负面情绪
- ◇ 如何同不同风格的客户进行有效沟通

■ 如何增强自身的说服力和影响力

- ◇ 什么是“价值型”沟通思路
- ◇ 什么是人行动的根本动机
- ◇ 如何利用“趋利避害”法则影响对方

■ 视频分享：高手是如何通过“感性导入+理性说服”的方式来达成沟通目的的

第六部分：课程总结与答疑