

《政企客户经理服务营销全流程技能提升》

客户经理，作为运营商一线的营销单元，肩负着客户维系服务、产品方案营销及谈判的重任，因此系统的掌握客户服务营销技能和沟通谈判技能对客户经理来说就十分有必要了，在日常的工作中，我们发现客户经理常常会遇到以下问题：

1. 总感觉在和客户接触的过程中，客户对于我们的服务工作不是很满意；
2. 自己总是找不到可以和客户建立更深层次信任关系的方法，尤其是客户领导；
3. 感觉拜访了很多次客户，总感觉商机捕捉不到，或者有商机却无法继续推进；
4. 进行方案投标及客户谈判时缺乏系统思路指导，导致在客户面前很被动；
5.

上述问题是客户经理在从事服务营销工作中经常会遇到的问题，本课程结合了多年来服务于三家运营商政企线条的培训辅导经验研发而成，旨在帮客户经理系统全面提升自身的服务营销全能力。

一、培训对象

政企客户经理

二、培训人数

60人之内

三、课程收益

- 掌握客户拜访商机挖掘及推进的技巧，学习客户需求的引导思路；
- 了解方案制作投标过程中的要点，学习客户谈判及异议处理的方法；
- 掌握日常与客户沟通和客户服务的流程、动作和话术技巧。

四、课程纲要

第一部分：客户经理团队工作现状分析

■ 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
- ◇ 客户服务营销工作的成就感从何而来

■ 新背景下营销模式的变化

- ◇ 产品型推销—关系型营销
- ◇ 请客户注意—请注意客户

■ 案例分享：一个优秀的客户经理是如何炼成的

第二部分：客户经理拜访过程中的信息收集、商机挖掘技巧

一、客户背景了解

■ 客户拜访前的信息收集

- ◇ 客户单位情况的了解
- ◇ 客户组织架构的了解
- ◇ 关键人的基本信息
- ◇ 客户近期的热点事件
- ◇ 竞争对手与客户的关系程度
- ◇

■ 客户陌拜的破冰五部

- ◇ 展笑脸
- ◇ 递名片
- ◇ 说来意
- ◇ 问贵姓
- ◇ 找凳子

■ 情景模拟：客户拜访的“破冰五部”的现场演练

二、客户需求的识别与沟通引导

■ 了解政企客户需求的真相

- ◇ 请思考：客户的要求和需求是一回事吗

- ◇ 组织需求、个人需求各自的价值

- **客户经理进行客户需求引导的路径**

- ◇ 潜在需求如何转化为显性需求

- ◇ 显性需求如何转化为有效需求

- ◇ 有效需求如何转化为成交

- ◇ 不要被“未来需求”蒙蔽了双眼

- **客户经理在客户需求引导过程中的提问技巧**

- ◇ 如何提问全面了解客户的问题点

- ◇ 如何提问让客户发现自己的“痛点”

- ◇ 如何提问让客户意识到问题的重要性

- ◇ 如何提问让客户认识到解决方案的必要性

- **小组讨论：以客户经理负责的业务为例，进行问题话术的设计和分享**

第三部分：投标方案呈现与异议谈判处理

- **方案呈现注意事项**

- ◇ 方案呈现前的五大准备工作

- ◇ 方案 PPT 设计的原则

- ◇ 方案呈现时与客户的互动技巧

- ◇ 方案呈现过程中如何应对客户的异议

- **方案达成及客户谈判技巧**

- ◇ 方案谈判过程中的求同及求异思维

- ◇ 如何科学的让步

- ◇ 谈判过程中客户常见的心理特征

- ◇ 面对客户的价格异议，该如何处理

- ◇ 说服客户时，四种竞争策略的灵活运用

第四部分、政企客户服务动作与沟通技巧

- **客户服务定位理论—让别人记住你**

- ◇ 请思考：个人定位标签模糊有什么问题

- ◇ 你的独特价值决定你的定位标签
- ◇ FAB 原则在客户服务定位中的应用和实践
- **小组研讨：在客户关系网中，你的“功能”和“价值”的区别**
- **客户服务过程中的关系建立的三大原则**
 - ◇ 投其所好最重要
 - ◇ 物质利益不可靠
 - ◇ 欲取先予下功夫
- **创新型的客户服务模式**
 - ◇ 客户细分，提供有针对性的差异服务（地域/性别/年龄/消费偏好/价值取向）
 - ◇ 时限承诺，主动反馈，让客户得到即时满足
 - ◇ 提供附加价值服务
 - ◇ 与客户建立深度“学习型关系”
 - ◇ 请思考：这些创新型的服务模式在工作中如何落地和实施
- **建立融洽关系的沟通技巧**
 - ◇ FFC—让客户瞬间建立成就感的说话方式
 - ◇ “先跟后带”—化解客户的负面情绪
 - ◇ 如何向客户正确的传递“坏消息”
- **两种经典的柔性沟通策略**
 - ◇ 反话正说—用你的正面态度影响对方
 - ◇ 趋利避害—做一个有说服力和影响力的人

第五部分：课程总结与答疑