

---

# 《客户关系拓展与管理研讨》

主讲：林安

## 课程背景：

客户关系的拓展与管理是很多企业必须面对的、最基本的市场活动，也是企业遇到问题最多的市场活动之一。

没有哪一家机构或哪一位学者能在任何一种形式的表述中将客户关系的拓展表达完整，原因在于，客户关系既是一门科学，更是一门艺术，随着行业与市场的不断变化，客户关系拓展与管理的方法总在随之变化。

企业要活下来并健康发展，必须从组织客户关系、关键客户关系，及普遍客户关系三个维度，结合业务目标对客户关系进行分析与研讨，并最终建立客户关系的量化管理，这是绝大部分企业未能做到的。

本课程已为华为等各类企业做了大量培训，对企业的客户关系拓展与管理能力的提升很有帮助。

## 课程收益：

- 1、 企业收益：提升企业整体的市场竞争力。
- 2、 学员收益：建立客户关系三个维度的客户关系概念；掌握客户开发、维护、量化管理的基本方法；学会客户战略解码及客户关系拓展与管理的基本方法。
- 3、 课程价值点：客户关系如何量化地进行评估；客户关系如何支撑业务目标的达成；如何开发、维护与管理客户关系。
- 4、 应掌握的基本知识与技能：客户关系结构模型、三个维度客户关系的分析方法

## 学员对象：

重点针对客户界面的员工及各级管理者。

## 授课方式：

学员分组（方便讨论交流）；

理论（40%）+案例研讨（30%）+讨论（30%）。

授课贯穿双向交流、小组讨论、引导启发，由学员自己得出结论。

---

授课天数：

2天（每天6小时）。

课程大纲

## 一、客户关系分析

1. 客户的定义
2. 客户分类
3. 资源配置与客户分类的关系
4. 决策链工具之一-鱼骨图
5. 隐性决策链
6. 客户的决策心理
7. 思考：什么是客户关系？客户关系分几类？什么是好的客户关系？客户关系的特点？客户关系如何规划？
8. 客户关系架构
9. 客户关系规划的步骤

## 二、 三个维度的客户关系分析

1. 关键客户关系
  - 1) 定义和价值
  - 2) 讨论与思考：关键客户关系拓展常见哪些问题？
  - 3) 关键客户关系4要素
  - 4) 决策链中影响力的界定
  - 5) 关键客户关系拓展与管理的步骤？关键客户关系好坏的衡量标准？如何衡量关键客户关系的好坏？
  - 6) 拓展与管理的5个关键步骤
  - 7) 拓展方法-区分客户态度
  - 8) 关系好坏的层级标准：6个维度，5个层级
  - 9) 客户关系现状的量化评估
  - 10) 练习：客户关系现状的量化评估
  - 11) 拓展模板
  - 12) 定义关键客户：Top List工具
  - 13) 确定目标客户和责任人：客户拓展卡片

- 
- 14) 不同层次的关键客户，其需求差异大
  - 15) 准确了解客户需求
  - 16) 客户的信任
  - 17) 四种行为处事风格
  - 18) 与客户建立深入的私人交往
  - 19) 情景公关主题场景介绍

## 2. 普遍客户关系

- 1) 定义和价值
- 2) 讨论：普遍客户关系拓展常见问题
- 3) 普遍客户关系层级
- 4) 普遍客户关系关键 4 要素
- 5) 普遍客户关系管理：以例行的管理落实为前提
- 6) 普遍客户关系现状评估
- 7) 练习：普遍客户关系现状评估
- 8) 普遍客户关系提升常见措施
- 9) 分享：普遍客户关系拓展的具体案例
- 10) 小结

## 3. 组织客户关系

- 1) 定义和价值
- 2) 层级标准
- 3) 组织客户关系的核心与关键点
- 4) 组织客户关系评估
- 5) 沟通（高层峰会案例）
- 6) 案例：战略客户解码
- 7) 案例：客户战略匹配
- 8) 案例：客户组织匹配
- 9) 案例：联合创新
- 10) 客户认同（文化/管理/人才）
- 11) 组织客户关系拓展常见问题
- 12) 分享：组织客户关系拓展的具体案例

---

13)讨论与思考：你平时如何管理你的客户关系？

14)小结

### 三、客户关系管理

1. 整体方法论
2. 举例：例行化管理
3. 掌握客户关系管理的维度与内容
4. 客户关系管理的方法
5. 客户关系拓展与管理工具介绍

### 四、总结

\*\*\*\*\*END\*\*\*\*\*

\*\*\*\*\*