
营销的关键时刻（或“谁杀死了合同”）

主讲：林安

课程背景：

企业与个人的商业行为无一不围绕市场及客户进行。我们如何从探索客户需求、给出对客户的提议、采取相应的行动，到客户确认这四个维度，满足甚至超越客户的期望，是每个企业与个人都关心的问题。

我们用《关键时刻》这门课程率先对华为的客户界面、支撑平台、管理者做了培训，极大提升了管理者及员工的综合行为能力；针对其他大、中、小企业的培训也收到了很好的效果。

鉴于该门课程的巨大价值，同时参考其他企业的运营经验，我们将课程做了进一步的优化升级。

《关键时刻》以一个完整的招标业务视频为基础，故事围绕三家公司展开（一家客户，两家解决方案与服务提供商，互为竞争对手）。视频被切成若干个片段，围绕“关键时刻”行为模式，从每个切片的实际业务场景及理想场景两个对比视频出发，让学员对比分析，理想场景下模式的哪些步骤做得好，实际场景下模式的哪些步骤做的不好，通过场景对比分析及自身模拟演练，深化对营销关键时刻行为模式的理解。

整个内容分两个模块：模块一“为客户着想”，模块二“创造双赢”。培训形式生动活泼，学员深度参与，是各行各业不可多得的市场拓展能力提升及内部的经营管理培训课程。

课程收益：

- 1、 企业收益：规范企业的营销与经营管理行为。
- 2、 学员收益：掌握了解客户需求的方法（含内部客户）；如何对外部及内部客户在适当的时候提出适当的建议；如何按照“5C”法则将提议付诸行动；掌握与客户确认是否已满足甚至超越了客户期望的方法；了解倾听的七个好习惯。
- 3、 课程价值点：如何了解客户需求；关键时刻行为模式（探索---提议---行动---确认）；外部客户与内部客户的概念及如何用关键时刻行为模式与

客户互动；如何倾听。

- 4、 应掌握的基本知识与技能：建立“提出需求者即客户”的概念；掌握关键时刻行为模式的内容及使用方法；掌握探索客户需求的方法；掌握倾听的基本技巧。

学员对象：

各平台的管理者，骨干员工。

授课方式：

学员分组（方便讨论交流）；

理论（40%）+视频（30%）+讨论（30%）。

授课贯穿视频、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

导引：课程介绍

1. 课程名称的由来
2. 课程简介
3. 视频中三家公司及关键人物介绍
4. 课程目标

模块一：为客户着想

一、关键时刻

1. 视频：Intranet 决策
2. 讨论练习
3. 客户认知的来源
4. 客户满意度的来源

二、无辜的留话者

1. 人物介绍
2. 视频：搞砸的留言

-
3. 讨论练习
 4. 引出关键时刻行为模式（探索-提议-行动-确认的四步循环）
 5. 视频：理想情景
 6. 关键时刻含义的进一步说明
 7. 找出我们与客户接触的八个关键时刻

三、关键时刻行为模式

1. 探索
 - 1) 为客户着想 Think Customers
 - a) 视频：为客户着想
 - b) 为客户着想分析
 - c) 讨论练习
 - 2) 客户期望 Customer Expectation
 - a) 准确了解客户期望
 - b) 结论：客户期望
 - c) 视频：好意的同事
 - d) 互动分析
 - e) 讨论练习
 - f) 视频：理想情景
 - g) 练习
 - h) 做个好内部客户-为每一环增值
 - i) 如何为客户创造价值
 - j) 繁忙的业务经理
 - k) 互动分析
 - 3) 积极倾听 Active Listening
 - a) 有效倾听的障碍
 - b) 当好听众的 7 个好习惯
 - c) 视频：专业竞争者
 - d) 互动分析
 - e) 视频：影响
 - f) 小组讨论

模块二：创造双赢

2. 提议

- 1) 视频：提出建议
- 2) 适当的提议
- 3) 小组讨论
- 4) 一次 Intranet 示范简报
- 5) 双赢测试
- 6) 提议的时机
- 7) 挽救危局
 - a) 视频：挽救危局
 - b) 分析互动过程
 - c) 视频：不倾听的业务副总裁
 - d) 分析互动过程
 - e) 演练：假如我是业务副总裁
 - f) 视频：关键时刻
 - g) 分析互动过程

3. 行动

- 1) 案例
 - 2) 行动：5C 原则
- ### 4. 确认
- 1) 回顾：我们的挑战
 - 2) 已经做的事情
 - 3) 确认：获得客户的认知
 - 4) 为什么去确认是否达到或超越客户的期望是重要的
 - 5) 视频：于事无补的求助热线
 - 6) 分析互动过程
 - 7) 视频：有帮助的求助热线
 - 8) 分析互动过程
 - 9) 视频：谁杀死了这个合同

10)总结

个人练习

- 一、 课程对我最有帮助的几点
- 二、 我接下来要做的几件事情

说明

该门课程的姊妹课程有《客户拜访与沟通》2天课程；《以听众为中心的宣讲》一天课程；《建设高绩效团队》一天课程。

*******END*******
