

集团客户价值提升

课程大纲

一、集团客户市场的竞争现状分析

- 1、大连接时代的大环境及的竞争格局（讲述+举例）
- 2、当前通讯市场存量竞争的现实局面
- 3、互动探讨：存量市场下建立竞争优势的路径
- 4、从产品优势向存量经营优势竞争发展的必然趋势：
- 5、案例：不甘心的流失
- 6、案例总结：需求挖掘和价值挖掘是集客市场价值提升的最有效手段

二、如何进行积极的客户需求挖掘？

- 1、需求的实质是什么？
 - 1) 案例：“电力局的考虑”（“数据采集需求”）
 - 2) 案例探讨：需求的实质是什么？
 - 3) 案例总结：发现利益是挖掘客户需求的关键
 - 4) 需求解读：客户利益的组成：情感利益与实际利益的定义及相关案例
(讲述+案例举例)
- 2、如何挖掘客户需求？
 - 1) 案例：案例：“不经意的大单”（“全业务综合需求”）
 - 2) 案例探讨：如何找到利益，挖掘需求？

- 3) 案例总结：帮助客户发现需求，引导客户认同需求是挖掘需求的基础方法
- 4) 首先，帮助客户发现需求？
 - a) 案例：中介公司的新业务
 - b) 案例总结：解析企业生产运营，是发现需求的常见手段
 - c) 挖掘潜在信息化需求的五维度法及工具运用
 - d) 客户运营解析的五个维度及利益要点-从基本通讯、行政管理、生产管理、市场拓展、行业信息维度深度挖掘客户需求的示范案例：银行业+教育业潜在需求分析（可根据当地情况调整）（讲述+案例）
 - e) 模拟演练 1：从案例资料中分析和发现典型企业的需求（练习+点评）
- 5) 其次，引导客户认同需求？
 - f) 案例：“汇丰银行的选择”（“数据专线需求”案例）
 - g) 案例总结：客户关键利益与需求
 - h) 把握客户关键需求的方法及工具应用
 - i) 把握客户真正需求的五大切入角度及分析要点引导客户认同需求的步骤和方法
 - j) 需求认知的过程规律：客户需求认知过程的四大认同（讲述+举例）
 - k) 引导需求共识的 SPIN 四步法：现状切入、问题探讨、影响分析与引导共识的基本内容（讲述+场景示例）

l) 引导客户达成需求共识的示范案例：“位置服务的客户需求认同引导”（讲述+场景示例）

m) 模拟演练 2：对前面需求分析练习得到的需求进行进一步分析，找出对象客户的关注需求，并设计引导客户认同的脚本（练习+点评）

3、需求分析所必需的客户信息收集

- 1) 需求挖掘过程的信息管理
- 2) 客户信息收集的内容和工具方法（讲述+举例）

三、如何进行深度的客户价值挖掘？

1、案例：“被策反”的思考

2、案例总结：深化推进客户价值实现和价值提升是存量经营的关键工作

3、如何深化推进客户价值实现和价值提升？

1) 客户培养的基础工作

a) 客户培养三件事

2) 客户需求促进的商机管理

a) 商机管理机制的关键点