

# 客户关系管理

## 课程背景

在经济全球化和全球信息化的浪潮中，现代企业日益紧密地与整个社会的经济活动“链条”联结在一起。大数据时代，企业管理已突破企业的界限，出现了更精确的客户关系管理，向企业外部延伸，并使之成为扩展了的企业管理的重要内容。

客户关系管理的重要性是不言而喻的，从传统理念上看，客户是企业的“衣食父母”；从现代理念上看，客户是企业的“利益相关者”。企业用自己的产品、服务以至整个业务活动，帮助客户在生产中或消费中取得更多的“剩余”，同时为自己赢得利润，达到企业价值增值的目的。

## 课程目标

1. 了解客户关系管理的理论知识
2. 掌握实用有效的客户关系管理方法
3. 了解如何对客户进行分类并管理
4. 对于客户的流失应该怎样挽留

## 课程对象

销售人员

## 课程时间

2天

## 课程方式

授课 40% (互动引导) +小组练习 20%+现场模拟演练 40%

## 课程大纲

### 第一部分 客户关系管理概论

#### 一、客户的价值

1. 利润源泉
2. 聚客效应
3. 信息价值
4. 口碑价值
5. 对付竞争的利器

#### 二、客户关系管理的意义与内容

1. 客户关系的定义
2. 企业管理客户关系的意义
  - (1) 能降低企业维系老客户和开发新客户的成本
  - (2) 能降低企业与客户的交易成本
  - (3) 能给企业带来源源不断的利润

- (4) 能促进增量购买和交叉购买
- (5) 能提高客户的满意度与忠诚度
- (6) 能整合企业对客户服务的各种资源

## 第二部分 客户关系管理的战略框架

### 一、 利用工具，保证对客户定期关注

#### 1. 客户分级

##### (1) 为什么要对客户分级

不同的客户带来的价值不同

企业必须根据客户的不同价值分配不同的资源

不同价值的客户有不同的需求，企业应该分别满足

客户分级是有效进行客户沟通、实现客户满意的前提

##### (7) 如何分级——分级的指标

关键客户

普通客户

小客户

未合作客户

##### (8) 如何管理各级客户

关键客户的管理

普通客户的管理

小客户的管理

未合作客户的管理

案例分析

#### 5. 客户档案

##### (1) 客户关系管理与客户档案的关系

##### (2) 客户档案的具体内容

案例分析

## 二、团队协作，加强客户情感帐户建设

1. 公司层面
2. 销售人员层面
3. 如何针对客户关键决策人建立情感关系

## 三、心灵按摩，建立客户投诉处理系统

### 1. 认识客户投诉

思考讨论：

客户是……？什么是客户投诉？

你觉得客户投诉对企业有什么意义？

#### (1) 客户投诉的定义

#### (2) 客户投诉的产品原因及分类

案例分析

#### (9) 客户投诉对企业的好处

拼图游戏: 优质客户服务意味着

#### (10) 投诉的四个阶段

#### (11) 投诉处理人员的核心能力

处理投诉的沟通技巧

处理投诉时的情绪控制

#### (12) 正确处理客户投诉的原则

案例分析

#### 6. 有效处理投诉的步骤和方法

难缠客户的谈判策略

7. 客户投诉处理的实战练习（设计相关案例安排学员现场演练）
8. 预防系统，主动收集客户声音，加强客户对话
9. 加强事后改善跟进，推动问题得到最终解决

#### 四、客户的流失与挽回

1. 客户流失的原因
2. 如何看待客户的流失
3. 认真对待已经流失的客户
4. 流失客户的挽回技巧

（全文完）