



流失客户管理

资深导师：王越

适合人员：

1. 客户经理：提升客户满意度，挖掘终身价值
2. 客户挽留专员：制定个性化策略，挽回高价值客户
3. 客户流失预警专员：提前识别风险，减少损失
4. 客户投诉处理专员：化解矛盾，增强客户信任
5. 客户服务专员：标准化服务流程，提升满意度
6. 高价值客户经理：专注核心客户，提升生命周期价值

培训收益：

1. 精准识别客户流失类型，针对性制定挽留策略；
2. 量化客户更换供应商成本，增强保留说服力；
3. 构建客户生命周期管理体系，延长价值周期；
4. 设计分级召回方案，提升高价值客户挽回率；
5. 识别 30% 无效挽回对象，降低资源浪费；
6. 建立流失预警指标体系，提前 3 个月干预；
7. 优化跨部门协作流程，降低内部原因流失。

课程大纲：

- **第一章、对已流失的客户管理；**
 - 第一节、具体分析流失客户的特征；
 - 第一、根据复购的时间；
 - 一、休眠客户的特征；
 - 二、半流失客户特征；
 - 三、完全流失客户特征；
 - 第二、根据客户需求变化；
 - 一、自然流失
 - 二、柔性流失
 - 三、刚性流失
 - 四、体验流失
 - 五、竞争流失
 - 六、被动流失
 - 第三、对流失客户精确画像；
 - 第二节、更换供应商对客户价值；
 - 第一、更换供应商所付出的代价；
 - 一、时间和精力上的付出；
 - 二、财务与资源上的损失；
 - 三、情感上或心理上损失；
 - 四、双方沟通协调的成本；
 - 五、受到他人评价或批评；

- 第二、更换供应商所获得的收益；
 - 第三节、留住流失客户对我方价值；
 - 第一、留住客户所带来的收益；
 - 一、直接收益
 - 二、间接收益
 - 三、无形收益
 - 第二、留住客户所投入的成本；
- **第二章、客户流失的原因分析；**
 - 第一节、公司的原因分析；
 - 第一、产品质量的原因；
 - 第二、主动放弃的客户；
 - 第三、后期不重视服务；
 - 第二节、销售者自身原因；
 - 第一、不重视后期服务；
 - 一、忘记客户回访而导致流失；
 - 二、跟进不到位导致客户流失；
 - 三、出问题却不愿意进行沟通；
 - 第二、售前夸大不实承诺；
 - 第三、客户私人关系冲突；
 - 第四、离职导致客户流失；
 - 第三节、竞争对手的原因；
 - 第一、是谁在背后抢我们客户？
 - 第二、用什么方式抢我们客户？
 - 第三、对手的产品或服务效果？
 - 第四节、客户自身的原因；
 - 第一、客户的善变性；
 - 第二、客户需求转移；
 - 第三、关注人事调整；
 - 第四、期望过大过快；
 - 第五、放弃改变成本；
 - 第六、换供应商代价小；
 - 第五节、其他原因的分析；
 - 第一、市场波动导致的；
 - 第二、恶意流失的客户；
 - 第三、过失流失的客户；
 - 第六节、无需搞懂每个流失原因；
 - 一、没必要、也没能力应对所有的原因；
 - 二、不试图挽留每位客户；
 - 三、要放弃不值得挽留的；
- **第三章、客户流失与召回管理；**
 - 第一节、开展客户召回管理；
 - 第一、制定召回方案
 - 第二、采用召回方式
 - 第三、评估召回质量
 - 第二节、区分召回客户重点；
 - 第一、关键客户
 - 第二、普通客户
 - 第三、小的客户
 - 第三节、要做好最后的谈话，退出访谈；
 - 第一、别让坏事传出门；
 - 第二、把损失降到最小；

- 第三、牢记花钱买教训；
 - o 第四节、做好客户生命周期管理；
 - 第一、初次购买客户
 - 第二、重复购买客户
 - 第三、长期购买客户
 - 第四、流失期的客户
-