
大客户实战营销系统课程

20%的客户创造 80%的利润

针对销售顾问, 如何经营好这 20%的客户

利用 35000 个大额产品的销售案例研究出的销售智慧

全球 500 强企业中 60%的企业用于培训大客户销售精英的必修课程

【课程收益】

20%的客户创造 80%的利润, 80%的资源应用在 20%的客户身上; 所以, 针对 20%的客户利用九子诀“找对人, 说对话, 做对事”来搞定; 利用客户关系的“二十五方格理论”来提升其价值, 形成二次或三次等购买是研究的重点; 利用销售管理的工具“天龙八部”来掌握其进展, 形成业务管理从粗放到精细化管理, 利用营销中的经典“四度理论”来改变其营销模式, 从而实现大客户营销中的信任法则, 与大客户之间形成良好的互动, 彼此提升各自的价值与贡献度。

课题二：工业品大客户服务创造高价值

【课程大纲】

一、提升大客户服务标准

- 大客户对服务的五个期待
- 大客户与潜在大客户的价值
- 建立大客户服务价值链
- 建立大客户服务标准
- 提升大客户价值的五个支柱
- 大客户经理的角色定位

案例分享：河南宇通客车的服务体系

二、建立大客户服务五步曲

- 步骤一，对顾客显示积极态度
- 步骤二，建立服务的标准化体系
- 步骤三，个性化服务
- 步骤四，确保你的顾客成为回头客
- 步骤五：战略性服务

案例分享：银行VIP服务的三个差异

三、大客户的期望值管理

- 提升服务的七把金钥匙
- 组建内部团队来服务达成
- 塑造优质服务的企业文化
- 如何正确面对大客户的抱怨
- 正确处理大客户抱怨的补救策略

角色扮演：处理大客户的各种抱怨

四、建立大客户的满意服务体系

- 提高大客户服务满意度的几个关键指标
- 分析造成服务质量差的原因

- 影响大客户对服务的期望因素分析

- 移动大客户的让渡价值分析

案例研讨：内部流程的不清楚，导致踢皮球，怎么办？

五、大客户的个性化服务

- 个性化服务是趋势
- 以客户为导向，重新制定体制
- 以需求为目标，精心制定服务
- 以沟通为纽带，建立客户资料

案例分享：拒绝服务这样的大客户？

六、维持并发展大客户的忠诚度

- 何谓大客户的忠诚度
- 顾客忠诚度的价值
- 实施有效的顾客忠诚度管理
- 开展顾客忠诚活动的策略
- 顾客忠诚度的评估
- 从顾客槽中得到经验
- 客户回报率，客户盈利性指标

案例分享：大客户的矩阵图

七、大客户战略性服务的创新

- 服务创新的概念
- 如何服务创新
- 战略服务的三个聚焦

案例分享：泰国东方大饭店 CRM 战略
