

# 《客户拜访与客户关系建设》

主讲：秦超老师

## 【课程背景】

营销，是人与人打交道的过程，也是建立良好互动关系的过程：在拜访中面对客户，我们应当思考如何快速有效的营销良好的氛围，并深入了解客户需求，激发客户对产品（服务）的兴趣；通过有效、有利的互动建立起良好的客户关系，为最终实现销售奠定良好基础。

## 【课程收益】

- 以业务本质洞悉拜访的价值
- 掌握拜访前两项重要的准备：自身准备与客户分析
- 深入学习拜访的三大层级目标和实现方式
- 学会持续经营客户，分析客户关系建设的三个层级
- 掌握有效经营客户关系的方法

## 【课程对象】

营销条线销售人员、客户经理等

## 【课程时间】

1-2天（6小时/天）

## 【课程大纲】

### 第一部分：客户拜访，为什么如此重要？

#### 1.从销售的流程分析与客户的交流

- 标准销售八步
- 基于销售流程的客户沟通的目标 6step
- ◇ Step1:建立频道
- ◇ Step2:详细探寻
- ◇ Step3:激发意愿
- ◇ Step4:扫除障碍
- ◇ Step5:促进行动
- ◇ Step6:提升感知

#### 2.从客户心理与销售的本质分析销售过程

➤ 不安不满（寻找、激发） — 欲求（获取、引导） — 行动、决定（促进、持续）

- 销售的核心与本质
- ◇ 满足需求：痛点--销售要解决的核心问题
- ◇ 价值交换：爽点--销售行为的本质

分析与研讨：客户拜访在实现销售的过程中起到怎样的作用？

### 第二部分：拜访前的准备—不打无把握之仗

#### 1.拜访的重要前提—专业性与职业度的建立

- 客户信任度的首要来源——职业形象
- ◇ 形象的修饰方面五维度：
- ◇ 形象建立的关键点
- 拜访中的礼仪规范运用
- ◇ 基本行为动作
- ◇ 称呼运用

- ◇ 介绍方式
- ◇ 握手方式
- ◇ 名片递接
- ◇ 上下楼梯、电梯
- ◇ 微信礼仪

## 2.拜访前的重要分析：拜访对象的分析

- 组织信息：基础信息、业务信息（利润点、增量点、业务难点、）、组织信息、交易情况（采购计划、时间表、预算、竞争对手）
- 个人信息：五维关键人分析

### 工具：五维关系人分析表

- 沟通风格应对准备

### 工具：沟通风格表

## 第三部分：高效拜访—从情绪铺垫到价值匹配的过程

### 1.客户拜访第一层目标：初洽破冰、营造氛围

- 初洽沟通的价值维度
- ◇ 营造情绪价值：同理心与共通点
- ◇ 寻找话题：热点、兴趣点、利益点……
- ◇ 产生意愿：愿意聊—愿意继续深入聊
- FFC 赞美方式
- 万能的破冰话术公式：
- ◇ yes and 法则
- 客户破八大方法

### 演练：客户的赞美与破冰

### 2.客户拜访第二层目标：导入正题、锁定需求（问题）

- 锁定问题（需求）的场景化沟通模式
- ◇ 场景探讨—难点探讨—影响探讨—解决方向探讨
- 场景探讨技巧
- ◇ 目标：了解（澄清）客户概况，有效发现（展现）潜在问题
- ◇ 技巧：相关性、联系观察实际、引用观点
- 难点探讨技巧
- ◇ 目标：确认问题，并与潜在客户探讨问题相关的内容
- ◇ 技巧：5W1H 模式运用：什么、为何、何时、何地、谁、如何
- 影响探讨技巧
- ◇ 目标：强化问题存在，激发客户的“痛”感，引起不安与不满
- ◇ 技巧：拥抱快乐、远离痛苦
- 解决方向探讨技巧
- ◇ 目标：通过收益性问题引导客户寻找解决方案并展示价值，导入产品或服务
- ◇ 技巧：正反价值对比

### 演练：场景话沟通演练

### 3.客户拜访的第三层目标：基于信任度建立的实力展示

- 展示四部曲：趋势分析—公司介绍—产品价值呈现—一个人/团队推介
- 行业：前景、趋势：为什么要做这个产品\项目
- 公司：实力、经验：为什么选择我们的企业
- 产品：FABE：为什么选择这个产品（方案）：特征—优点—利益—证据

- 个人/团队：经验、意愿：为什么和这个人/团队接触、配合
- 印证能力：产品（服务的）呈现 P-FABE 话术

演练：实力展示的沟通话术

#### 第四部分：客户关系维护与持续经营

##### 1.经营思维：销售业绩的重要基础

- 站在企业角度的业务发展之道：投入、产出、利润、可持续
- 可持续：企业长久生存之道

##### 2.持续经营客户的前提：信任

- 信任金字塔：建立客户信任的三个层级
- 安全：不影响、无损失
- ◇ 客户危机处理：客户关系建设中的“危”“机”时刻
- ◇ 危机处理的价值链：同频—降低情绪—理性沟通—解决方案--消减影响—显性

进展—解决结果—提升与挖掘

- 价值：组织价值、个人价值
- ◇ 组织价值：基于目标的价值、超额价值
- ◇ 个人价值：基于马斯洛需求层次的个人价值实现
- 依赖：不可或缺性
- ◇ 工作中的不可或缺
- ◇ 生活中的不可或缺

案例分析：这个客户是如何打造“坚固”的客户关系的？

##### 3.客户关系维护的必备方法：

- 定期拜访
- 礼尚往来
- 主动刺激
- 关键时刻（MOT）
- 社交互动
- 信息暗哨

研讨：你如何做客户的持续经营？