

渠道深度开发与客情关系维系

课程受众：渠道营销人员、渠道管理人员

课程时间：2天（12小时）

授课形式：理论讲解+案例分析+互动提问+小组讨论+课堂呈现+视频播放+情

景演绎

课程研发背景：

掌握互联网时代渠道客户开发策略、学习客户心理学、掌握谈判沟通技巧与客情

关系维系

从渠道客户开发基本知识到渠道深度开发专业化策略，从关键人物基本交流到如何做朋友、交朋友。从关键人物心理学与行为轨迹分析，到商务洽谈；从了解客户需求到商务沟通成交；360度无死角分析，落地指导渠道客户营销。

本课程共计四个篇章，以理论讲解、案例讨论分析为主。还原渠道客户实战场景，角色扮演式情景互动授课，这是一场有热度、有实战的营销竞技类培训。

课程大纲：

第一讲：互联网时代渠道客户首席营销官

单元收益：

掌握渠道营销基本概念

掌握渠道营销布局、策略、谋略制定

了解互联网时代常用的营销策略

一、渠道客户营销基础知识

二、营销布局五要素

三、营销四落地

四、微信营销中渠道拓客与客户维系

五、互联网时代常见的营销策略

第二讲：互联网智能化时代客户心理学与关键人物分析

单元收益：

市场人员自我认知、环境认知、时代认知、客户认知

掌握关键人物分析与客情关系升华

一、正确的认知互联网智能化时代职场团队的现状与实际困惑

二、华为基于大客户营销的铁三角组织变革

三、影响业绩的四大要素

- 四、优秀市场人员的五大特质
- 五、根据客户年代、年龄分析客户心理
- 六、经销商合作四大动机
- 七、根据行为轨迹四种客户分类
- 八、根据岗位分析客户心理
- 九、与经销商关系策略——交成朋友
- 十、与经销商邀约策略——邀约到位
- 十一、与经销商饭桌文化——情感升华

第三讲：渠道开发营销实战

单元收益：

正确理解从心理博弈到实战准备

掌握大客户商务洽谈博弈技巧

掌握三大关键人物谈判技巧

一、渠道客户心中的六问与四准备

二、利用营销工具实现信息收集：

(一)渠道客户关系发展表

(二)经销商进度分析图

(三)制定差异化的客户关系发展表

三、渠道开发关键人物会面前准备

(一)掌握建立第一印象的重要性与原则；

(二) 掌握如何建立客户营销的亲合力；

(三) 如何打造客户谈判技巧的“气场”五要素；

(四) 理解专家形象重要性 with 落地指导；

(五) 逼格可以是“装”出来的，职业“装”打造；

四、 渠道开发中挖掘客户需求与痛点技巧之引导艺术

五、 渠道开发中商务洽谈博弈技巧

六、 渠道开发中产品介绍技巧之造梦艺术与 FABE

七、 正确理解客户抗拒点来源

八、 渠道开发中三大关键人物谈判技巧

(一) 当客户提出抗拒点，应对套路；

(二) 当客户说“我要考虑一下”，应对套路；

第四讲：渠道客户客情关系维系与差异化服务

单元收益：

正确理解优质服务意识与二次销售之间的关系

提升优质服务意识

掌握客情关系维系三步骤

掌握优质服务意识在二销与复购中的应用

一、 什么样的渠道客户值得做好差异化优质服务

二、 优质服务意识；

三、 多做同理心与换位思考；

- 四、客情关系维系三步骤（峰终定律）；
- 五、节假日“有温度”的祝福；
- 六、管理好上帝满意度；
- 七、应用“以退为进法”处理客户不合理需求，顺势推荐下一列产品；
- 八、二销客户朋友圈每天一次点赞；
- 九、态度决定一切；