**客户关系管控及客户服务体系建立**

**——服务营销生命线，让您的客户由满意走向忠诚**

**【举办时间】**

2017年07月14-15日深圳

2017年08月18-19日深圳

2017年12月08-09日深圳  
**【课程费用】**3200元/人 2天 （培训费、发票、结业证书、学习辅助用品）

**【培训对象**】总经理，销售经理，售后经理，客服经理，客户服务代表等

**【课程形式**】讲授，提问、研讨，多媒体，活动，测试，现场演练；

**【主办单位】**深圳市冠行管理咨询有限公司

**【报名联系】**吴萱萱 0755-33570295 13128788561 QQ:1372177030

**认证费用：**中级证书1000元/人;高级证书1200元/人(参加认证考试的学员须交纳此费用，不参加认证考试的学员无须交纳)　  
**备注说明:**  
1.高级证书申请须同时进行理论考试和提交论文考试，学员在报名参加培训和认证时请提前准备好论文并随理论考试试卷一同提交。  
2.凡希望参加认证考试之学员，在培训结束后参加认证考试并合格者，颁发与所参加培训课程专业领域相同之：“香港培训认证中心HKTCC国际职业资格认证中心《国际注册中（高）级XXXX（师）》职业资格证书”。（国际认证／全球通行／雇主认可／联网查询）。  
3.课程结束后10日内将证书快递寄给学员；

**【课程背景】**

在当今市场环境中，无论是产品或服务，客户都面临更多选择；企业已经赢得的市场份额随时可能被瓜分掉。更多的企业意识到培养忠诚客户的重要性与紧迫性。如何把培育忠诚客户打造成为一套管理系统，如何培养及测评客户忠诚并获得未来利润？成为众多企业的关注的焦点。

本课程将为您解决如下问题：

满意的客户为什么不能带来利润，升级满意度的新指标是什么？

如何化解销售额与满意度间的矛盾，并找到赢得3-5年后利润的工作方案？

如何培养忠诚客户并让他们持续为企业创造价值？

如何搭建营建客户忠诚的管控模式？

如果利用大数据挖掘客户需求？如何利用新媒体增加客户黏性？

如何设计好客户体验并让他们持续感受到来自企业的关怀，从而增加忠诚度？

如何将不忠诚的客户转化为忠诚客户？

美国通用电器CEO杰夫伊美尔曾在公司高层领导会上说：“这是我见过的最好的客户关系指标，我不明白你们为什么不尝试一下？”客户忠诚度净推荐值（简称NPS）几年间为苹果、飞利浦、西南航空等1000余家跨国公司赢得了未来的利润。这个指标标志着企业告别跑马圈地的粗放经营，走向重视客户生命周期价值、培养忠诚客户并提升社会美誉的精耕细作时代。是企业经营策略的重大变革。

本课程将运用客户忠诚度的量化思想，规避NPS理论在实践中的不足与空中楼阁之处，结合中国市场与客户实际情况，为企业提供更适合中国实情的战略及管理方向，并从世界最经典的管理理念出发结合各大著名公司的成功实践，提炼出适合中国市场环境并帮助企业员工行为落地的方法，最终将高端管理理念转换为社会美誉与销售额的共同提高，从而赢得未来利润。

**【课程特色】**

**体系有深度：**本课程是国内研究大额产品销售最有影响力、最具深度的系列课程之一，其课程设计遵循国际上通用的案例研究五步架构：案例研讨—问题分析—解决方案—实际运用—提供工具。

**训练有特色：**采取“现场辅导+工具落地+行动计划”的训练方式，并以案例解读、小组讨论、多媒体演示、沙盘推演、情景互动等多种教学方式，让学员打开心门与老师一起思考、一起互动。

**讲师更实战：**讲师来自世界500强企业，十五年一线操盘、营销管理与营销咨询的丰富经历，既有大量的成功经验，也有失败的经验教训，尤其专注于工业品大额产品销售行业的深度研究。

**工具可落地：**本体系近几年已经被200多家企业培训后落地推进，30家企业进行过咨询体系建设，全面提升了大客户价值的贡献度和盈利能力。

**【课程模型】**

一、公司对客户关系及客户关第管理的理解和要求

二、组织客户关系定义和价值/层级标准/管理过程/拓展手段

三、关键客户关系定义和价值/层级标准/管理过程/拓展手段

四、普遍客户关系定义和价值/层级标准/管理过程/拓展手段

五、客户关系管理：

1. 量化（如何评估、规划与考核）
2. 闭环（全年管理日历）
3. 例行（运作机制）
4. 支撑工具及流程

**【课程大纲】**

**第一讲 客户是价值的追随者**

1、找到客户眼中的关系价值

2、以服务塑造客户价值差异化

3、为客户创造价值的四要素

4、让客户感知到更高价值的方法

5、客户关系管理的难点与特点分析

案例讨论：为什么在河南市场老刘马失前蹄？

落地工具：《关键客户群分类表》、《大客户关系测评坐标图》

**第二讲：与客户对接的关系建立**

1、理解客户工作中的价值观

2、绘制与客户对接的同心环

3、理解不断高涨的客户需求

4、客户生命周期的区别对待

落地工具：《技术交流七种武器》

小结：如何做好市场规划

研讨：客户关系的搭建与维护过程中的方法和常见问题

案例分析：某大企业核心客户关系全业务流程分析

**第三讲：满意是客户关系的基础**

1、管理好服务与销售的两个维度

2、影响客户对关系评价的四个要素

3、让客户从正面角度感受到的服务

4、降低客户期望与提升感知的方法

5、教育你的客户如何正确接受服务

落地工具：《客户关系层级评估计分单》

案例分析：各种拓展方法的运作关键点与细节

**第四讲：营造忠诚的客户关系**

1、再次销售与口碑传播的前提

2、赢得信任的服务管理流程

3、用承诺有效赢得客户信任

4、触动情感是最核心的客户关系

5、赢得客户感动的四要素

6、不满是赢得忠诚的最好机会

落地工具：《三种不同类型客户解读分析表》

**第五讲：客户忠诚计划实操技巧**

1、与客户期望匹配的管理思路

2、首先要服务好基础性的客户

3、会员积分计划带来的利与弊

4、信息收集实施未来需求预测

5、积极建立与实施数据库营销

6、不同需求客户分级管理策略

7、会员俱乐部建立客户归属感

8、客户俱乐部策划与运营管理

9、让客户像粉丝一样追随企业

落地工具：《客户决策链》、《支持度测试温度计》

案例分析：某大企业工程运营全流程案例

案例分析：茂业集团的吸粉之路

**第六讲：赢得忠诚的客户沟通**

1、找到客户需求的提问方法

2、美妙接待赢得客户信任

3、用认同的方式与客户沟通

4、创造新需求的SPIN话术

5、在平安无事中没事找事

6、对客户情绪的感同身受

7、影响采购的四个客户角色

8、依客户性格决定沟通方式

落地工具：《DISC性格分析模型》、《客户关系拓展卡片》

**第七讲：客户关系的管理方法**

1、客户关系管理是一套管理系统

2、数据库管理、关系管理、一对一关系管理、整合营销

3、按照客户成交与利益的分级管理

4、关键客户的VIP管理系统

落地工具：《客户关系管理轮盘》、《客户关系管理的五步法》

案例分析：××移动20××年全业务提升目标中任务书与分析关键点

研讨总结：根据区域与客户群发展不同特点，由负责人进行定制化修改

**【培训讲师：吕江老师】**

* **BEST管理学院高级讲师**
* **中山大学特约《市场开发》讲师**
* **国内著名零售系统操盘手**
* **广东能进集团营销顾问**
* **微商/微营销专家**
* **中国电子商务经理人培训师**
* **中小企业互联网转型与电商运营“模式专家”**
* **国家注册企业培训师**

**●讲师经历：**

**曾任：**苏宁电器华南地区运营总监、广东比音勒芬线上线下营销总监、广州市佛伦斯服饰市场营销总监及培训经理

七年区域市场开发经验，十年零售操盘经验、辅导百多家连锁店营销管理，打造了上百名优秀经销商，三百名赢利型店长和无数的销售冠军，具有丰富的营销实战经验。

吕江老师目前在广东理工学校执教**《商务谈判》**和**《微营销》**两门学科，广州纺织学校执教**《市场开发》**。吕江老师1994年进入销售行业，在近20年的职业生涯里历经一线销售人员、区域经理、营销总监、总经理等到目前首席培训师一系列职业历练，其中在担任培训部管理工作期间，培训辅导的区域，业绩平均提升50%，并培养出不少优秀的下属。吕江老师是具备丰富营销管理经验的实战导师，课程紧扣实际工作，秉承“从工作中来，能回工作中去”的简单理念，拒绝照本宣科式的纯理论宣讲，强调学员的高度参与，在充满趣味及高挑战的脑力激荡互动中将学习内容深刻理解，进而在实战中学以致用、发挥最大战斗力。

移动互联时代急剧变化粉丝业态模式的出现，使得吕江老师十年来，始终聚焦于传统企业网络营销的探索与实践，曾为木林森，百盛、苏宁电器、喜临门家居，中百集团等企业，提供企业网络营销系统化实施的顾问和外包服务。得益于丰富的实战经验，吕江老师整理出一套针对于中小传统企业互联网营销转型与升级，以及经销商，零售门店的营销新思路。完美的服务落地课程，吕江老师被誉为**“中小企业互联网转型与电商运营模式专家”、“互联网+营销模式创新”**研究专家。

其中**《互联网形式下的经销商转型升级》、《零售店铺微信营销》、《新时代的营销和管理型店长》**等课题，收到培训客户们的热烈好评与反复采用！

**●课程特色：**

以往的各类培训中，一般时间很短只有2-3天，内容不够系统连贯，只关注某部分知识技能类的传授，或者现场氛围营造，而表现在实际工作或者业绩上，结果往往都不尽人意，学员大多数表示：＂听课很激动，回去也冲动，可是过后就是没行动＂。究其原因我们真正缺少的是系统性的、可落地、接地气的培训。吕江老师，企业定制课程私属教练，善于根据企业现状，制定符合本企业的、独家的、个性化的解决方案，使课程针对性强，培训接地气。

**实战本色：**20年实战经验，善于解决营销工作中的各种困惑与疑难，紧密结合一线实际工作，组织编写培训内容，实用性强。

**激情互动：**糅合新颖刺激的活动与游戏、深刻警醒的寓言故事、小组讨论、角色扮演、案例分析、脑力激荡等多种先进训练手法，激情幽默、互动体验。

**内容结构严谨：**讲解清晰生动，详尽地紧贴市场的案例与图片分析，既有理论高度又有实战深度，既有战略层的系统性又有对实操细节的把控，讲听练演，启发互动;注重实战、实操、实效，拒绝空洞的理论说教，自授课以来培训满意度高达95％以上，深受学员和企业推崇。

**●主讲课程：**

**经销商、加盟商与KA渠道系列：**

《会议营销和招商会》

《加盟商信心提升与心态转变》

《突破思维，厂商合作共赢》

《赢在大卖场》

《购物中心招商谈判实战课程》

《游刃有余—大区经理营销能力提升》

《渠道开发与管理》

《商务谈判》

《渠道业绩倍增》

《市场开发与大客户维护》

**战略销售系列：**

《互联网时代下的经销商营销突围》

《年度营销计划制定与执行》

《网络营销下经销商的转型与升级》

《互联网+时代传统企业转型电商规划》

**终端门店系列：**

《门店业绩倍增》

《陈列管理、库存管理、盘点管理》

《零售店铺粉丝经济微营销》

《高绩效团队打造》

《移动互联网时代经营和管理型店长》

《跨部门沟通与协作》

《全方位货品管理》

《旺店赢利模式》

**●部分合作客户：**

**家电、电子产品：**

太阳能行业美的集团、海尔集团、广东超人电器、苏泊尔家电、皇明太阳能、清华阳光太阳能、华扬太阳能、幸福泉太阳能、深圳金立手机、韩国三星、四川长虹家电、广东阿诗丹顿、新飞电器、TCL集团、扬子空调、欧意电器等、老板电器、鹤州桂东电子、河北春风集团等。

**服饰纺织品行业：**

木林森男鞋、卓诗尼鞋业、卡丹路鞋业、 BOSSSUNWEN鞋业、CPU鞋业、特步鞋业、诺贝达鞋业、BOSSSUNWEN皮具、金利来皮具/英国KC服饰、DANIEL HECHTER服饰、奥玛服饰、BOSSSUNWEN服饰、卡宾服饰、 金利来服饰、PAT服饰、 杰克琼斯服饰、 比音勒芬服饰、 雷迪波尔服饰、罗蒙服饰、 佛伦斯男装、 爵士丹尼服饰、路卡迪龙服饰、 迪赛服饰、 迪莱服饰、yiner女服、雅莹女服、杰克.琼斯、群豪服饰、鹰鹏服饰、李宁体育用品、小熊憨尼童装、浙江耐尔集团公司、上海三特公司、福建华龙鞋业、老爷车服饰、弗拉蒂尼服饰、浙江锦裕袜业公司、上海红富士集团、恒源祥集团等。

**其它行业：**

山东中百集团、卜峰莲花超市、翠丽珠宝、、商都集团公司、广西高峰集团、上海松尾贸易公司、海南联通公司、广东金万年集团、沈阳菲林格尔公司、华胜天成、山东汉缆集团、珠海邮政局、家居行业丝爽国际、莱德斯厨具、上海月月舒、恒安国际集团、隆力奇、穗宝集团、河北依丽兰家具、全友家俬、中山美盈家具、无锡标榜化妆品公司、广东环亚集团、丝宝国际集团、[长沙晚安家具](http://ctc.qzs.qq.com/qzone/photo/v7/page/photo.html?init=photo.v7/module/albumList/javascript:;)、香港皇朝家私、红苹果、联邦家居、瑞邦家具、喜临门、欧亚达集团、好百年集团、雅兰床垫,穗宝床垫,红星美凯龙、第一城家居、鹰潭国际家具建材广场、品位空间连锁企业、广东省家具协会、深圳家具协会、武汉家具协会、江西家具协会。

**●学 员 评 价**

产品知识课程很多，但吕老师的课程更生动并贴切实际，我们的中基层管理人员听了以后很有触动，对我们启发很大；

**——天津市兰姿贸易发展有限公司执行董事崔勇**

吕老师的课程通俗易懂，我们的员工评价很好，觉得很实用；吕老师的课轻松、愉快，并且很快就可以用到明天的工作,效果明显，非常感谢！

**——广州博斯服饰实业有限公司董事长吴旭南**

我们的都觉得培训时间太短了，都想多听吕老师的讲授，太有启发了；以前我们的销售基本靠蒙，现在终于掌握了系统的方法，感谢吕老师！.

**——广东环亚集团营销部陈经理**

树立阳光心态是一个系统工程，今天吕老师介绍的方法都非常好，实操性强，我们回去后一定要把这些工具一一落实；

**——捷龙服饰营销副总曹柯**

此次课程使我们的经理全面的整理自己的管理思路，非常有启发意义，受益非浅，很好，以后要继续学习；

**——莱德斯营运总监王总**

**报名回执表**

▓▓▓▓▓▓▓▓（此表复制有效）▓▓▓▓▓▓▓▓

请将报名表，以传真、电子邮件方式提交，并及时确认。

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 企业名称 |  | | | | | | | | | 地址 |  | |
| 联系人 | 姓名 |  | | 职位 | |  | | 电话 | |  | 传真 |  |
| 手机 |  | | | | | | E-MAIL： | | | | |
| 学员名单 | 姓 名 | | 性 别 | | 职 务 | | 电 话 | | 手 机 | | 邮 箱 | |
|  | |  | |  | |  | |  | |  | |
|  | |  | |  | |  | |  | |  | |
|  | |  | |  | |  | |  | |  | |
|  | |  | |  | |  | |  | |  | |
|  | |  | |  | |  | |  | |  | |
| 学费交纳 |  | | | | | | | | | | | |
| 希望解决问题 |  | | | | | | | | | | | |
| 发票开具 | 抬 头：  内 容： □培训费 □会议费 □资料费 □ 培训咨询费 □ 咨询费 | | | | | | | | | | | |
| 汇款账号 | 开户名称：深圳市冠行管理咨询有限公司  开户银行：建设银行深圳福田保税区支行  银行账号：4420 1540 6000 5252 9252 | | | | | | | | | | | |