

---

# 《卓越的客户深度营销体系建设培训》

## 【课程背景】

得客户者得天下。客户，是销售决胜的筹码，是企业利润的源泉，是企业竞争力的最终体现。本课程以五大方法来阐述赢得客户的理念与方法。告诉企业如何通过附加价值决胜企业竞争。如何拓展增量市场、深耕存量市场，企业高层、中层及员工如何实施开发客户的战略、战术。教你如何将客户分类，发展个人客户，保有集团客户，决胜渠道客户，如何开发大客户，如何维护大客户。提供优质服务的标准与方法，让客户满意。描述客户忠诚的11个关键因素，最终建立忠诚的合作关系。

## 【课程时长】

两天

## 【受众对象】

公司营销管理人员

## 【课程大纲】

### 第一讲：客户营销思路：附加价值转移价格注意

1、企业产品竞争存在的问题

2、用附加价值决胜企业竞争

3、附加价值的设计要避免：

给客户回扣 方式重复单一

4、赢得客户的五星级附加价值

5、营销比推销更出业绩

6、营销必胜的十三大策略

### 第二讲：客户开发思路：增量拓展存量深耕并重

增量市场拓展七件事

存量市场深耕的十二突破口

高层实施客户开发战略八大重点

---

中层实施客户开发战术六项工作

员工实施客户开发战斗六项任务

### **第三讲：客户管理思路：满足客所需制造客所求**

伴随深度营销工作实施客户关系管理

客户分类管理：个人散户 集团客户 渠道客户

发展散客：关注个人客户的 24 个需要

保有集团客户：集团客户关系维系的 8 大要素

决胜渠道客户：选用育留的 58 个关键点

### **第四讲：客户服务思路：细分客户发展忠诚客户**

细分市场客户五步法

细分客户心理三步骤

实施客户关系管理六要点：

- 1、挂起客户
- 2、沉睡客户
- 3、对手客户
- 4、访存量客户
- 5、伤害客户
- 6、新老客户

### **第五讲：客户关系思路：科学管理巩固客情联系**

CRM 客户关系管理十八个内涵

---

建设尼龙粘扣客户战略管理关系

- 1、多重产品捆绑客户
- 2、不同客户之间的捆绑
- 3、客户不同层级捆绑
- 4、多重身份介入捆绑

让客户忠诚的 11 个关键要素

### **第六讲：销售接洽实务——一网打尽**

找出系铃之人，一网打尽成交

摸清客户底牌，教练帮助成交

防范销售雷区，谨慎才能成交

学会人情练达，关系决定成交

获得客户信任的心理学方法

怎样使经销商和客户喜欢你的心理学

介绍产品吸引买主注意的方法

### **第七讲：销售谈判实务——一剑封喉**

切忌自言自语，对话才能成交

锁定拒绝原因，反问引导成交

打开沟通之窗，谈判控制成交

排除客户障碍(异议)的技巧

谈判中施加压力的技巧

喊价与还价的心理技巧

---

## **第八讲：销售策划实务——无敌工具**

锻造杀手之铜，工具辅助成交

教育驱动营销，培训服务成交

永久记忆行销，文字说服成交

瞬间完成说明，快字影响成交

培养忠诚客户，抑制对手成交

把握招标流程，逐环掌控成交

用好三方案例，借力权威成交

推销的实质与成交技术

## **第九节：销售心理实务——战胜盲点**

把握人性规律，平和面对成交

建立意愿图像，自动导航成交

广交优质客户，量大必有成交

重复就是力量

课程回顾与总结