

关键客户拓展与维护工作坊

每家公司的关键客户往往也是其竞争对手的目标，反之亦然。公司的利润很大程度上取决于能否获得，维护并发展公司的关键客户。本工作坊旨在帮助学员针对每个客户（包括复杂的长期客户）的情况来策划和执行关键客户的管理理论，过程与所需的技能。使他们懂得分析关键客户的企业组织结构和政治态势，学习如何面对竞争，激励对方机构内的影响者和决策者。

参加对象：

适合所有的客户经理与机构内与销售有相关联的人员

课程收益：

- 拓展关键客户的原则
- 掌握如何识辨关键客户
- 如何识辨关键客户机构内的相关人员图像
- 与关键客户机构内人员的沟通要素
- 如何打通自身机构对关键客户的对待

大纲

- 关键客户的定义
- 客户经理在关键客户管理中的风格和角色
- 如何确定您的关键客户
- 认识关键客户管理系统与应用
- 研究：背景，架构，市场，竞争
- 分析：定位，SWOT，人事，准则等
- 战略：商业价值，资源预测，利润预测等
- 战术：关键事项计划，竞争手段与反制战术等

讲师介绍 **林鸿钊 Bee Lam 老师** 销售与销售管理实战及培训专家

20 多年销售与销售管理实战经验；为国内外多家知名企业定制培训课程；

国际培训顾问机构认证讲师，

国际认证身心语言程序学(NLP)认证执行师

部分服务客户：中国银行（香港）、招商银行、银联、DHL、IBM、SHELL、皇冠假日酒店、三一重工、日立、理光、明捷机场服务（成都）、联合利华（中国）、麦德龙（中国）、太古可口可乐（中国）、澳博娱乐

日期 2024 年 6月13-14日；11月14-15日

价格 RMB 5400 (包括会务，资料和午餐)

语言 中文