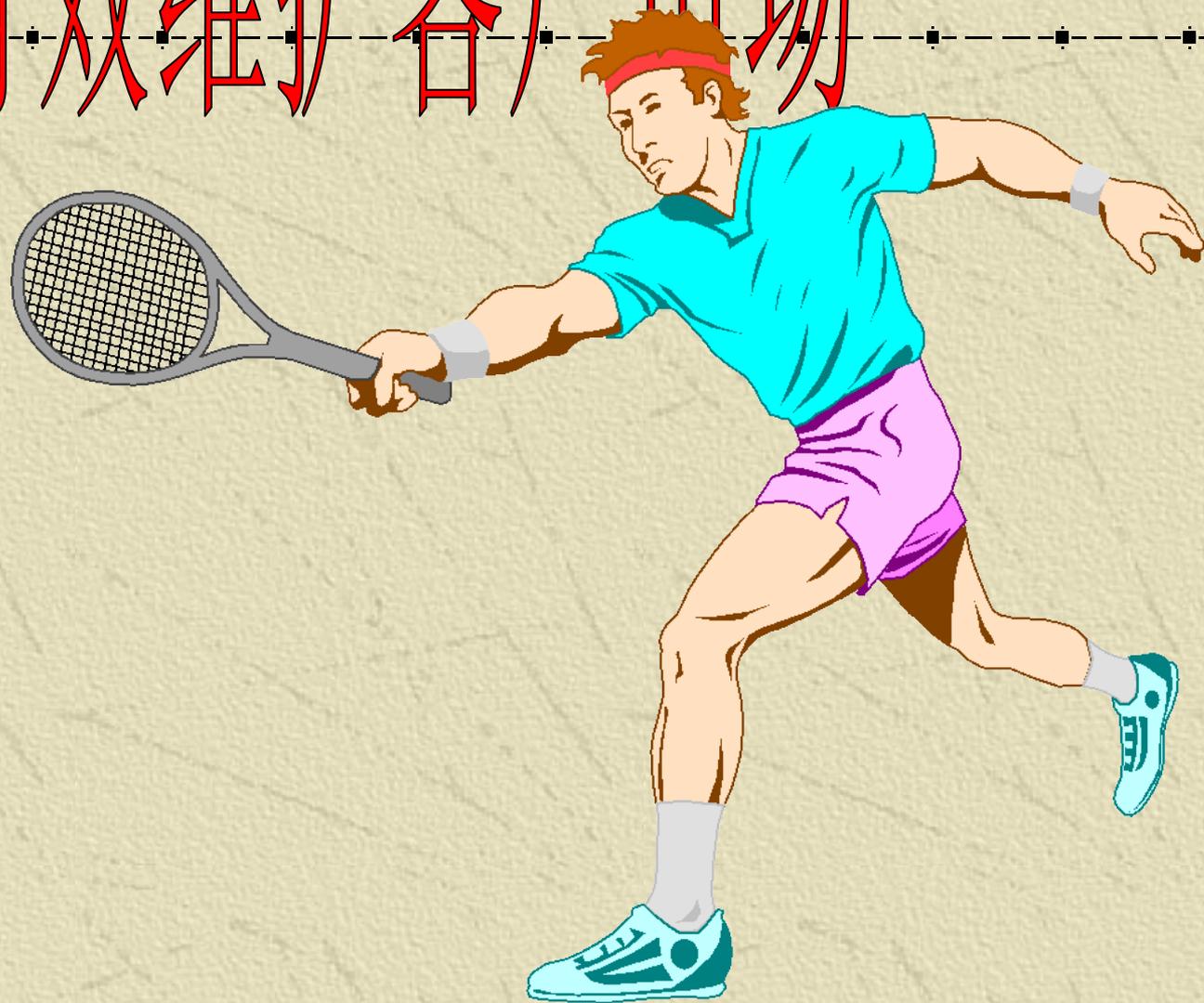


上海白杨广告

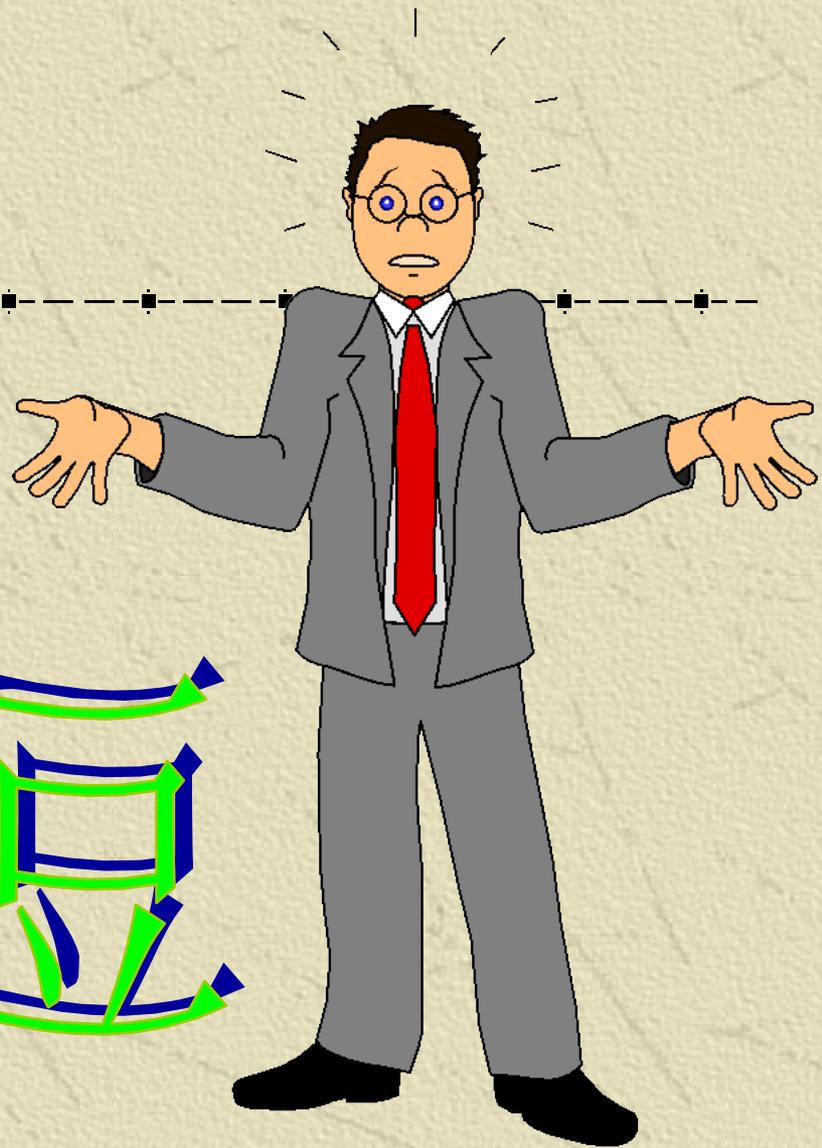
培训演示文稿

主讲人:许道皇

如何有效维护客户市场



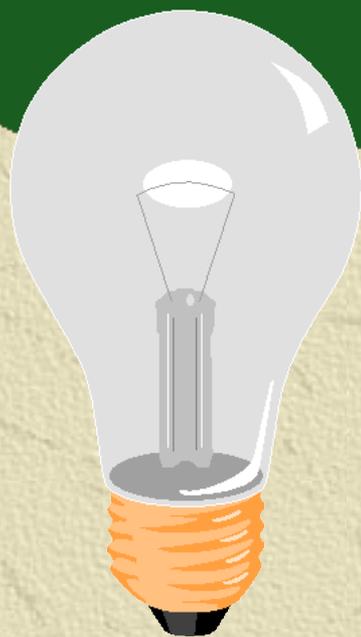
业务员的窘境



种瓜得豆

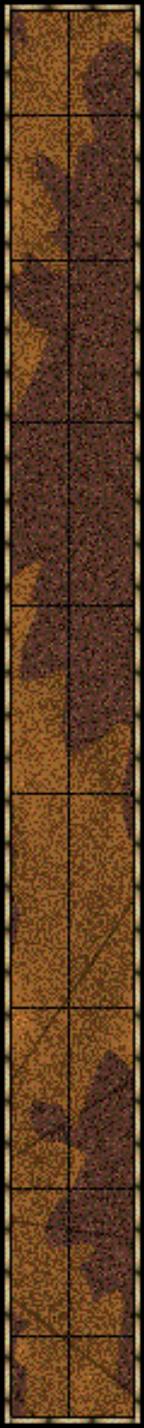
启示

人有一个通性，一旦拥有便不在珍惜。





为什么客户与你成交？



问题



你有对你忠实的客户？

永葆开幕第一天的心情

效劳品质的两大纲领：

品质的稳定+水准的提升

物质缺乏时代



追求数量的时代



追求品质的时代



追求感性的时代



追求高附加值所附带的满足感

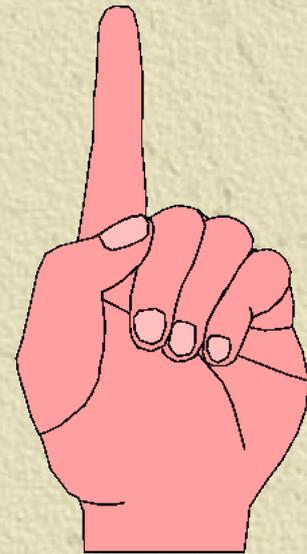


心的满足感与充实感

一、有效效劳的概念

(一) 效劳是一种特殊的商品

(二) 诺基亚公司强调所谓“顾客效劳”



1、效劳是在与顾客接触时才送出去的；

如果你的效劳很好，但客户感觉不到，那就不算！



2、 效劳是在做出来的那一刻
为顾客所感到，它不可能事
核准。



实时状态

3、效劳不可事后再来索取。虽然
效劳不佳事后可以抱歉，但那毕
竟只是补救措施，最正确时机已
然错过了。

开发1新客户

=

6×1老客户

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/498041107121007001>