

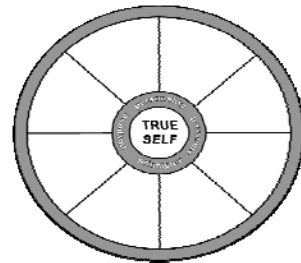


Relationship Marketing - The Power of Trust™

关系营销 — 信任的力量

2011年11月24-25日，上海华亭宾馆

- ◇ 什么是“关系营销”四大维度和两大驱动？
- ◇ 什么是“信任度三阶段”以及“信任路径图”？
- ◇ 什么是“利益双曲线”以及“利益差异化壁垒”？
- ◇ 什么是“客户关系四阶段”以及关系“倒三角”？
- ◇ 什么是“客户关系战略规划”与ROI分析？



“关系营销”与传统的交易型营销相比，在客户忠诚度、重复购买率、客户推荐率以及客户依赖度等指标上具有明显的优势。我把“关系营销”定义为买卖双方创造更亲密的工作关系与相互依赖关系的艺术，而我认为关系营销核心的两大成功要素是“利益”与“信任”。

——巴巴拉·本德·杰克逊，著名营销专家，“关系营销”概念提出者

1985年，美国著名学者、营销学专家巴巴拉·本德·杰克逊第一次提出了关系营销的概念，使人们对市场营销理论的研究，又迈上了一个全新的台阶。关系营销强调的是营销活动中人的关系，即营销的人文性。关系营销理论一经提出，迅速风靡全球，杰克逊也因此成了美国营销界倍受瞩目的人物。

【“关系营销”在中国】

“关系营销”被认为是最吻合中国营销环境和人文特征的“营销课题”，最被中国营销者感到熟悉而又陌生的“营销话题”，最能激发中国营销人士争论和不同见解的“营销主题”。

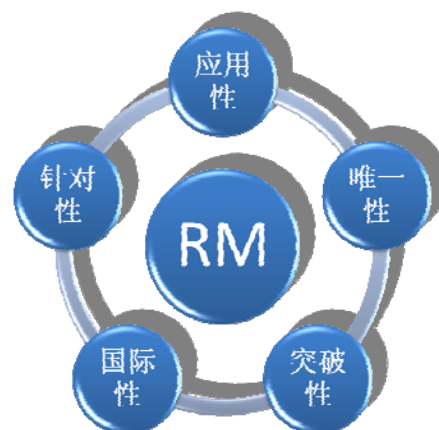
在中国，“关系”一词已经是“商界”人士公认的“攻城掠地”、“决胜而出”的不二法门。但事实上，国内营销界对“关系营销”的理解和认识，还只是停留在比较初级的水平。

Guānxi₁

中国的营销人士需要打破自身在“关系营销”领域的天花板，以更高的视角和更系统的思维来领悟“关系营销”的精髓，从巴巴拉·本德·杰克逊那里学习“关系营销”的真正内涵，“关系营销”的完整体系，“关系营销”的多元角度，“关系营销”战略策略……

[关于“关系营销——信任的力量”]

- ✚ 《关系营销——信任的力量》是巴巴拉·本德·杰克逊系统开发，KBC 负责在中国进行本土化设计的版权课程，是国内唯一专门研究“关系营销”的原理、方法、技能和工具的培训课程。
- ✚ 《关系营销——信任的力量》将通过系统化的方法来帮助学习者摆脱“交易型”营销的思维和习惯，实现营销视角的升级和转变。
- ✚ 《关系营销——信任的力量》将以国际化的体系，国际化的思维和国际化的标准来引导、启发和指引中国营销人士如何将“关系营销”提升到更高，更完善和更长期的层面。
- ✚ 《关系营销——信任的力量》将营销者把关注点从营销活动和客户关系中“经济”的一面转移到“人性”的一面，而“人性”的一面往往更难把握和应对。
- ✚ 《关系营销——信任的力量》与其他营销课题相比，更加吻合中国的营销环境和人文特征，最能与中国营销人士的现有经验进行对接和整合。
- ✚ 《关系营销——信任的力量》将通过独特的工具和方法对参加者的经验进行梳理，例如“信任路径图”、“利益壁垒法”、“关键人物7步法”、“客户关系四阶策略”等等。



[关系营销——全新的模型与工具]

本课程将引进和介绍一系列实用而创造性的“关系营销”模型和工具，主要有：

1. 关系营销的双核模型
2. 信任度建立三阶模型
3. 信任路径图
4. 组织利益/个人利益双曲线
5. 利益差异化三大壁垒
6. 关键人关系建立“5步法”
7. 利益与信任“倒三角”
8. 客户关系四大阶段对策图
9. 客户关系分析与评估技术
10. 关系营销成本分析技术



[课程结构与大纲]

[参课收益]

1. 把握“关系营销”的深刻内涵——关系营销的本质与原则
2. 建立“关系营销”的全视角——关系营销的4大维度和双轨驱动
3. 把握“客户利益”的两大保障：利益双曲线和利益壁垒
4. 把握“信任度”的三个阶段和信任路径图
5. 把握建立客户关系的三个途径：个人关系建立和组织关系建立
6. 学习评估与分析客户关系的不同阶段：客户关系四阶段及其对策
7. 学习客户关系的战略规划和定期 ROI 评估



[课程大纲]

模块一	A “关系营销”的本质与原则 <ul style="list-style-type: none">“关系营销” VS “交易营销”“关系营销”的4大本质“关系营销”的10大原则西方“关系营销” VS 中国“关系营销”
	B “关系营销”的四大维度 <ul style="list-style-type: none">“关系营销”的四大维度“关系营销”双轨驱动<ul style="list-style-type: none">(1) 利益驱动(2) 信任驱动客户关系建立的2个层面
模块二	C 客户利益双曲线 <ul style="list-style-type: none">客户利益双曲线：个人利益与组织利益如何区分客户的个人利益和组织利益客户个人利益清单及迎合对策客户组织利益清单及迎合对策显性的客户利益和隐性的客户利益通过探询技巧挖掘客户的隐性利益
	D 客户利益差异化壁垒 <ul style="list-style-type: none">“关系营销”策略---屏蔽竞争对手“关系营销”策略---建立利益上的壁垒

	<ul style="list-style-type: none"> ✚ 三大利益差异化壁垒 <ol style="list-style-type: none"> (1) 技术壁垒 (2) 价值壁垒 (3) 关系壁垒 ✚ 利益差异化壁垒的实战分享
模块三	<p>E 客户信任度三阶模型</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ 在中国建立信任的难点与挑战 ✚ 建立信任度的三个阶段 ✚ 信任路径图 <ol style="list-style-type: none"> 1. 信任路径图的各个环节 2. 如何勾画信任路径图 3. 中国特色的信任路径图 ✚ 利用关系圈进行渗透 ✚ 实现信任的重要途径
模块四	<p>F 从两个维度与客户建立关系</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ 与客户的关键人建立关系 <ol style="list-style-type: none"> (1) 关键人公关 6 步法 (2) 9 类关键人的公关策略 (3) 寻找内线 (4) 与关键人建立关系的 4 大手段 ✚ 与客户的组织建立关系 <ol style="list-style-type: none"> (1) 从个人关系到组织关系的升级 (2) 建立关系的倒三角 (3) 高层访问和高层营销
模块五	<p>G 客户关系发展战略规划与评估</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ 客户关系发展四大阶段 <ol style="list-style-type: none"> 1. 潜在客户阶段策略 2. 用户阶段策略 3. 供应商阶段合作策略 4. 战略结盟阶段合作策略 ✚ 客户关系的定期监测和评估 ✚ 客户关系战略规划 <ol style="list-style-type: none"> a) 客户关系成本分析与回报率评价 b) 客户关系策略分析

[培训专家推荐——Franklyn Cui]



崔老师是一位在“关系营销”领域拥有 15 年实战与研究资历的专家，是接受过巴巴拉·本德·杰克逊课程授证的少数亚洲讲师之一。他曾是某著名跨国企业专业讲授“关系营销”的首席讲师，更是众多企业口口相传、鼎力推荐的著名培训师。

崔老师拥有绝对骄人的海外教育及培训背景，获得过英国 Herefordshire 大学 MBA，在学习期间，他选择以“关系营销”为其研究和论文的主题，从而走向以“关系营销”为核心的研究、实战和培训之职业路程。

他曾任美国高通、微软（中国）等著名企业的大客户经理、区域销售总监、产品市场总监等重要职位。在任职期间，他负责多个具有挑战性的关键客户关系开拓和深度合作项目，积累了丰富的在中国如何开发关系、运用关系、评估关系和发展关系的实战经验。

2000 年进入培训咨询行业以来，他专业从事以“关系营销”为核心的系列课题的培训与咨询工作，他能同时运用中文和英文授课，获得了包括著名外企和国内企业客户的一致认可和好评。

由于其卓越的表现，中央电视台《绝对挑战》栏目特邀请他为专家组成员，足见其指导能力和点评功底之深厚。包括海信电器，力诺集团等十多家国内知名的企业，特聘他为常年教练，以更好地训练地营销和销售团队。

他创新了很多营销体系，率先进行了销售与营销系统的整合研究，建立了全新的成功销售方程式，努力使美国的营销方法与中国的企业文化有机地融合在一起。

他曾受邀为美国大使馆、加拿大大使馆、澳大利亚大使馆、联合国人口基金会等著名机构授课，而他的长期客户既有西门子 Sony Ericsson、DHL、York 空调、诺基亚、佳能、Inforsky、美铝亚洲、壳牌石油、菲利普斯等跨国外企，又有中国移动、中国第一航空集团、中国石油、上海纺织集团、上海浦发银行、泰康人寿、中国海洋石油总公司、中国劲酒集团、建设银行、美的、海信集团等国内著名企业。

[参会费用]

RMB 4,980 元/人，包括培训费，教材费，结业证书，2 天的午餐和茶点。

[参会对象]

总经理，副总，销售总监/经理，营销总监/经理，客户总监/经理，客户关系总监/经理，客户服务总监/经理等

Relationship Marketing - The Power of Trust™

“关系营销 — 信任的力量” 参会回执

2011 年 11 月 24-25 日, 上海华亭宾馆

请填写本表并传真至 021-54788957, 或 email 至 harryw@kbcchina.com。谢谢!

公司资料

公司名称: _____ 业务性质: _____

地址: _____ 邮编: _____

公司规模 (人数): 1~19 20~50 50~100 100~500 500~1000 1000 以上

参会人员资料

姓名: _____ 职务: _____ 直线/手机: _____ 电邮: _____

姓名: _____ 职务: _____ 直线/手机: _____ 电邮: _____

姓名: _____ 职务: _____ 直线/手机: _____ 电邮: _____

联系人资料

姓名: _____ 部门: _____ 职务: _____

电话: _____ 传真: _____ E-mail: _____

参会费用

人民币 4,980 元/人, 包括培训费, 教材费, 结业证书, 2 天的午餐和茶点。

付款资料

开户行: 中国建设银行上海市七宝支行

账户名: 上海开隆商务咨询有限公司

账户: 3100 1639 6000 5600 1071

发票资料

公司名称: _____ 发票项目: _____

报名流程

1. 请填写本报名表并传真至 021-54788957, 或 email 至 harryw@kbcchina.com。我们在收到您的报名表后将通过电话或 email 确认您的报名。
2. 请按照以上付款资料付款, 我们在收到款项后将提供正式发票。如果您需要提前获取发票以便内部的付款流程, 请致电黄先生, 电话 021-54788759。
3. 我们将在会前一周提供正式的参会确认函, 供参会人员现场报到。
4. 如果有任何问题, 请联系黄先生, 电话 021-54788759。