# 参加巅峰团队训练营报告

来源：网络 作者：寂夜思潮 更新时间：2024-10-17

*第一篇：参加巅峰团队训练营报告关于参加巅峰团队训练营报告分享尊敬的谢总、蔡副总及公司全体同仁：各位好！感谢给予我此次培训的机会，使我不仅学到了知识，同时增长了见识，看到了各种不同人的面孔、思想及行为，心痛、感动、欢心、感恩等交融在一起。于...*

**第一篇：参加巅峰团队训练营报告**

关于参加巅峰团队训练营报告分享

尊敬的谢总、蔡副总及公司全体同仁：

各位好！

感谢给予我此次培训的机会，使我不仅学到了知识，同时增长了见识，看到了各种不同人的面孔、思想及行为，心痛、感动、欢心、感恩等交融在一起。

于2024年12月25日傍晚的18：10分左右，在唐德利的带领下，我、蒋工、陈燕平四人前去培训地点——丽江酒店，经过了三晚两夜的学习。

一：培训的主要内容有：

1、成功的三要素：①下定决心。②大量行动。③正确的方法。

2、成功需要教练：如下：①找出自已的盲点。②开发自己的潜能。③学会超级的领导力。④如何打造一流团队。⑤如何做优秀跟随者。⑥破纪录。

3、如何学的最多：①撕掉面子。②摆正角色。③放下身边所有事情。④归0心态。⑤全程参与每个环节。

4、信念决定行动，行动决定结果。①成功需要改变，改变就在一瞬间，成功就在一眨眼。②过去不等于未来，没有失败，只是暂时停止成功。③要成功先发疯，头脑简单向前冲。④只向成功找方法，不向失败找借口。⑤成功者绝不放弃，放弃者绝不成功。⑥假如我不能，我就一定要；假如一定要，我就一定能。

5、优秀员工的条件：①忠诚、感恩、负责任。②全力以赴不找借口。③永远超出老板的期望。④不断挑战自己的能力。⑤老板的心态。⑥长远的眼光。⑦练一个绝招。⑧追求完美0失误。

6、如何做一个优秀的领导，真正的管理是不管而管。①选对人。②做对事。③把合适的7、制定目标：①清晰。②量化。③可分解。④可检视。⑤可操作。⑥有时限性。

8、领导→结果。①人心。②远景。③价值观。④使命。

9、十四项价值观：荣誉、责任、承诺、一致、完美、激情、创新、爱心、宽容、感恩、付出、互助、感召、共赢。

10、付出﹥回报。

11、优秀团队：①每个人以团队为核心奉献、付出。②部门之间相互配合、协调、沟通。③建立一个学习型的组织。④建立一个有系统有文员的团队。

12、沟通：①指责。②讨好。③理智。④打岔。⑤一致性沟通：A：沟通的背景（我看到、听到）。B：表达自己的感受（正面、负面感受）。C：感知（我看到…我听到…我闻到…我摸到…）D：我的解读…我的判定…我认为…）E：与对方核对（只有同意和不同意，没有对与错）。

13、我选择、我喜欢、我享受过程。

14、自已是所有问题的根源，改变了自己就改变了世界。

15、无论发生任何事都对我有帮助，我将做什么，可以今自己变得更好。

16、感恩才会天长地久，珍惜才会拥有。

17、木桶原理，不作公司及团队短板。

18、人体有70%的水，水能听懂话。

二：游戏有：蜈蚣走路、踩气球（共赢）、牵手找朋友、报数（从1到19，破纪录在0.5秒内完成。）

三：对最迫的一件事及最受伤害的一件事进行心里沟通及分享。

四：对个人案例分析：

1、想自杀及杀所有人。

2、新眼见到父母被杀情景。

3、老公有外遇。

4、爸妈疼爱弟弟，什么事都是自己的错。

五：影段有：

1、台湾谢坤山，在一次意外中少了两支手，一条腿到后来又少了一支右眼，不但能勇敢的生活下去，独立自己的日常工作，而且还能成为一名著名的艺术家。

2、孙武练女兵，在演习时，由于皇上的两位爱妃故意起哄，不听军今，孙武按军法当着皇上的面处置。

3、海尔砸冰箱片段。

六：每天的上午及下午开课前，进行按摩操。

七：在此次的培训中，共46人被分成了四个家庭，我被分到了3号家庭，我们家庭共10人，在这10人中，我被当选了家长，另分别选出了一名副家长，一名创意组长，一名完美组长，一名生活组长，一名活动组长。我们的名称是：疯狂之家，口号是：“疯狂、疯狂、我们最强！，疯狂、疯狂、我们最强！，疯狂、疯狂、我们最强！，嗫！”我们的成功口决是：我们是最棒的，我们是最好的，我们一定要拿第一。作为一家长，我作了一个承诺：如果输了就得穿着衣服冲凉。赢了就得组织3号家庭在连花山游玩一天，消费5000元。带着这个使命与责任，我先了解了这个家庭各人所在行业及在公司负责的主要工作，记得第一个游戏为蜈蚣走路，第一轮中我们输了，于是我们马上总结失败的原因，在第二轮时取得了胜利。在每天上午及下午的三分钟创意节目表演选定时，真是各抒已见，这个说他的不行，他说这个不行，争抄的特别凶，都觉得自己的好，自己是最棒的，特别是在星期六的晚上，为了保持星期日继续拿第一，节目排练到了凌晨5点，差不到凌晨5点半才休息，遗憾的是，发动三位老板出钱买4束花及买点书时，都不啃声了，就连送到门前的一束花，问下要130元，都在说太贵了，不要买，庆幸的事，在最关键的时候，他们那些什么老板、经理，除了金钱外，其他的所有节目还是达成了共识，服从了团队，摆正了在此次培训中的角色，当晚我的喉咙也被喊哑了。

八：星期天下午，公布了四个家庭的分数：第一个家庭：300.5分，第二个家庭：276分，第三个家庭：298分，第四个家庭：327.5分。第二个家庭落了个最后一名，老师先对其正家长、副家长进行了训话，训话时分别进行跳着喊：“我是付出的女人，我要做付出的女人”这两位均是女性，弄得流下了泪水，训完后立即面对着跪在家庭所有人面前。训完了家长、副家长，开始分别对几个组长及组员进行训话，其中有一个女孩，有三个家庭各有一两位站出来，还有老师、助教，这个女孩的老板，差不多有10来个人对其进行打击与攻击，骂那位女孩，你要做付出的女人，不要做索取的女人等，这个女孩子是满脸通红，跳着喊“我是付出的女人，我要做付出的女人”约有半个多小时。其他家庭的成员，看到此情景，很多人都感到心里难受、觉得可怜。在训一位男学员时，他表现出了反抗，与老师争夺理由，说：这只是游戏，而不是公司，且也未像其他成员一样进行跳喊要做一个付出的人，等等。全部训完后，要他们走出了会场，要我们在场的三个家庭各分成两个组，共6个公司，且告诉我们等下会要第二个家庭人员进行面试的训话及提问语，提问语为：

1、你们家庭为什么会倒闭？

2、你们的家庭有无全力以赴。

3、你有无优点？为什么没有在你们家庭里面表现出来。

4、你加入我们公司你将做什么改变？展示给我们看一下。训话要求为：两个人回应并指出他的缺点并把他赶出去（绝不收留）。清楚后，便通知第二个家庭的12名人员进来，进行找工作，各公司按照老师提出的训话及提问语进行活动，他们都表现出了因没找到工作而失落的面孔。最后仍全体回到了第二个家庭，从头再来，为了鼓励给第二个家庭加了22分，给了新的起跑线。在最后的一次表演中，第二个家庭吃饭只花了不到10分钟，便去准备节目，争得分数。采取了献花、送书等付出爱心，在最后时，丢掉了最后一名。在最后培训活动结束后，未得到第一名的所有正家长、副家长实行了自己培训前的承诺。最后一名的第三号家庭围着会场跪着爬一圈，其中的我来了一个穿着衣服冲凉。

通过此次的培训总结如下：

1、言出必行，说到做到。

2、成功需要改变。

3、做人要忠诚，懂得感恩及负责任。

4、做人的十四项价值观：荣誉、责任、承诺、一致、完美、激情、创新、爱心、宽容、感恩、付出、互助、感召、共赢。

5、团队的重要。

6、懂得了生活、工作中沟通技巧。

7、落后就要挨打。

8、面对各类型的人，进行活动组织的艰难。

9、保持清醒理智。

10、找到了自信（没有流利的普通话，同样可以演讲）。等等。

报告人：质控部/尹玉平

2024年12月30日

**第二篇：巅峰团队训练营感想**

培训感想

参加了培训两天，总的来说是不错的！他的确使我整个人都精神起来了，也有了一定的动力，不再那么懒洋洋的了。回顾这两天培训，主要让我深思了几个问题，团队的重要性以及管理者的心得等等„

在培训当中有个游戏让我很是感动，让我明白团队的力量是不可小视的： 虽然游戏很简单，就是50个人并为2个组，确定了团队与团队的竞争。然后就开始报数计时比赛了。

负方的领导要被罚做俯卧撑。第一次输是，二十个，再一次是四十个，第三次就是八十个了。如此类推！到最后，负方做320个的时候，全场哑雀无声。默默的看着！助教说“看着你们领导做俯卧撑的背影！这就是他们领导的责任”！

为你们所犯下的错误而承担的一份责任！

你们好好的看着，正是因为，你们的失误导致你们的领导所要付出的代价！

正是你们的不够团结，不得不为你们承担这份责任！再想想你们的父母，他们为你的成才付出了多少艰辛！替你们扛了多少风险，担了多少责任！难道你们都不知道吗？都不记得了吗？不应该感恩吗？你们再看看，他们做俯卧撑的疲惫的身影；你们再听听，他们沉重的喘息声！问问自己，在比赛中有过全力以赴了吗？训练场上只是做几个俯卧撑，而现实环境中就是企业破产，死路一条！你们看看，再看看！还能无动于衷吗？当时全场无不为之动容！

有学员冲上前去伏在地上做起了俯卧撑，但被助教拉了起来。

“不许替他做，这就是他们领导的责任！他们为你们所作所为必须付出的代价！”这时有越来越多的学员伏在地上做起了俯卧撑，但都被助教一一拉了起来！

全场留下了洪亮的加油声。这个游戏给我的震动太大了！想想我们的父母，他们为我们付出了那么多，承担了这么多，我们又为他们做了什么？再想想我们的公司，我们又做了多少？扪心自问，在工作中有过全力以赴吗？毫不否认我们工作是很辛苦，也很努力！但想想我们的领导，他们比我们更辛苦！因为他们承担得更多！

我们应该怀着一颗感恩的心，去感谢我们的父母，是他们给予了我们的身体发肤。并承担起养育我们的责任！才有了今天的我们！去感谢我们的公司，是公司给予了我们的工作平台，并承担起了我们工资福利。才使我们有了一展身手的机会。在我的印象中，社会环境是固定的，我要做的是自己如何努力发展自己，突出自己！表现自己！当然也不是说从不考虑全盘，顾大局。只是没有想这么多，考虑这么细！这次培训让我体验到了，学习到了，更是感悟到了！团队的力量是何其伟大！个人不过是高楼上的一块砖，大海中的一滴水，世间的一微尘而已！从我们的出生，成长到成材，什么时候离开过团队而能生存的？小时候有家庭这个小团队，是爸爸妈妈在默默的支撑着这个家！让我茁壮成长；读书有学校团队，是老师的精心教导和同学们的热心帮助，使我能成材；工作有公司团队；是领导的英明决策和同事的精诚合作使我工作起来如鱼得水！

社会上有国家这个团队；是人民军队和警察保障社会的繁荣稳定，我们才得以安居乐业！

试想如果让一个人在自然界中生存将会是什么样的？答案我想是不言而喻的

再联想到我们的实际工作中，比喻维修部一起承担一个维修项目，大家分工合作，怀着一颗感恩的心以及为了我们的团队负责任的态度去工作，全力以赴！保证每人负责的每一个地方都检查仔细了；每一个故障部位都查清楚了；每一个零部件都安装到位了；每一个螺丝都拧紧了；每一个环节都确保无忧了！请记住，我说的是每人！也许就是因为我一人没做到位哪怕是一颗小小的螺丝没拧紧而导致大家都得从头做起！重新坼开检查，重新装配！就像这游戏规则一样，一人犯规，整个团队从头再来。

如果我们都能做到这点，我们还能出差错吗？还能让公司为我们的失误而来埋单吗？也许有人会问：（包括我 以前也是这样想的！）既然是这样，我一个人做好了，事必躬亲！何须劳驾他人？而且参与的人越少，出错的几率也越少。麻烦也越少！可是大家又想过了没有？个人的力量毕竟有限！很多事情必须是靠团队合作才能完成的！就像上面我所说的大的项目维修，一个人你怎么去完成？就算你有通天的本事，你也不能生不出三头六臂来，你还是只有一双手，你可以用它来掌住某个零部件，可是你还有多余的手拿着扳手去紧螺丝吗？再说我们公司是个销售型的公司，是以销售为龙头的企业。可是销售能离开售后服务吗？没有了服务销售能有保障吗？我想是不能的。可是如此说来，服务是不是就特别重要呢？也不是！没有销售业绩，我们又去为谁服务呢？我们的一身本领又哪来的机会得以展现呢？应该来说销售和服务是溶为一体的！相辅相成，缺一不可！还有我们的管理部，财务部等。各个部门环环相扣，息息相关！不可或缺，命运相连！大家只有在管理层的领导下各司其责，精诚合作！才能让我们的团队在残酷的市场竞争中走得更远，飞得更高！永远立于不败之地。

希望大家和我一起来交流参加培训的感受 我相信我自己有能力、有毅力坚持，同时我也相信通过这2天后的我会是焕然一新的！

**第三篇：巅峰团队训练营心得**

2024年5月25日-26日，在亮美嘉六楼，进行了为期两天的颠峰团队训练，主讲是中国西典NLP成功素质训练中心创始人-朱志一。

短短的两天，使我体会到人生的酸甜苦辣。第一次有那么深的感受，感受到整个团队巨大的力量，那种心灵的颤抖。让我心中有一种力量，督促我要记录下来，用文字见证我的成长！第一个环节“索取的世界”中每一个人都带着眼罩，嘴里喊着“我是一个索取者，我要索取你”然后去索取别人，大家都你争我抢，一开始没有感觉到什么，心里还比较平静，时间一分一秒的过去，内心的恐惧焦虑也在加深，动作也开始粗鲁野蛮，然后更急噪、更野蛮，心里的恐惧更加深，我感觉都要支撑不下去了、崩溃的时候，梦魇终于结束了。我在心里发誓我要做一个付出的人！

第二个环节“掰手腕，我是对的”，两个掰手腕的人他说他是对的，她说她是对的，一直掰、一直掰、、、、直至两个人都累的筋疲力尽。

生活当中，无须分个你对我错，就是对了，又能怎么样呢？你快乐吗？他（她）快乐吗？不要伤了你最爱的人。对于不对就那么重要吗？ 第三个环节“从A点到B点”

每一个人从A点到B点都要用不同的方法，不能重复。创造无限可能性！方法千奇百怪！说明只要你有意愿度，就有千万种方法，只要你愿意，一切皆有可能！第四个环节“划掉我生命中不重要的人”

每一个人在纸上写上自己生命中最重要的5个人，然后再写5个、5个。这个时候自己的纸上有15个人，是自己生命中最重要和曾经陪伴自己的人。

然后开始划掉（死掉）这15个人中自己认为不最重要的三个人，自己轻松的就找到了，然后划掉，心情很平静！

再划掉（死掉）12个人中自己认为不最重要的三个人，也找到了，然后划掉，心情有点异样的感觉！

再划掉（死掉）9个人中自己认为不最重要的三个人，找到了，但是感觉手中的笔很沉重！因为这里面有你的亲人，你不能接受他永远的离开你，我的心很痛.....再划掉（死掉）6个人中自己认为不最重要的三个人，我下不了笔，因为他们是我的至爱，是生我养我的父母，我受不了了，我不要做了，但我也知道他们早晚会离我而去，我泪流满面。

如果生命中只可以留一个人，那你选择谁？我作为母亲我只有选择女儿，我没有别的选择！同样我也是一个女儿，如果我的妈妈来做这道题，答案都是一样的。爱不需要等待，爱要马上行动！第五个环节“我是谁”“我为谁”“我要成为一个什么样的人”“我的墓志名”

从人生金字塔的上层是解决问题，生活当中的烦恼就会少很多，如果你现在有很大的烦恼、困惑、愤怒怎么去解决这个问题？你假设一下5年以后、10年以后这个问题还重要吗？还纠结吗？还愤怒吗？ 第六个环节“拍卖”

讲师把学员分成8个小组，每个小组分别有一个财务官和一个队长，每个小组成员都要交给财务官200元。

讲师把3000元分别放进45个信封里，每一个信封里都有至少5元钱，进行45轮的拍卖。第一轮“拍卖”开始5、10、20、30、55、100、110、150、200、260....大家都势在必得！拍到的花了很大的价钱却只拍到5元钱。第二轮、第三轮......我们在互相“残杀”

进行到40轮的时候大家明白过来了，但是败局已定，教训是惨痛的。如果只有一种形式让我们获得成功，那就是合作！第七个环节“报数”

72个人分成两组，每组36个人，36个人按顺序报数字123456....一直报到72止。看哪个组报数报的快，教练让一个人自己报数从1-72个数、用了12秒多一点的时间。

教练告诉我们世界纪录是6秒，要我们挑战世界记录，所有的人都认为这是不可能完成的事！一开始我们用了16秒、14秒....觉的已经是很快了，不可能再快了，后来发现我们还可以再快一些的。精神一定要高度紧张、让自己处于战斗状态，死死的记住自己的两个数字，等你的伙伴传递他的数字的时候，你已经脱口而出了，马上我们就可以破世界记录了，但还是有一个瓶颈无法突破，试了好几次还是不行，这个时候助教在我们小组的中间伸出手指开始划圈，手指指到哪，队员快速准确的报出数字，我们终于成功了！这个环节让我坚信：没有什么是不可能的！第八个环节“走碎玻璃”

讲师要求队员脱掉鞋和袜子，站在一块地毯前，然后他拿起锤子把4个啤酒瓶“咣咣”打碎了，最后还在上面撒了一把图钉，要求我们每一个人都从上面走过去，讲师说：我保证你们是安全的。所有的人都倒吸一口凉气，怎么可能？绝对不可能！

之后讲师要求所有的队员都转过身去，背对碎玻璃，戴上眼罩，等候由助教来领走碎玻璃，走的时候，每一个队员都要喊“我看到了我的恐惧，也看到了我的勇敢”有的队员这时候就忍不住哭了，终于轮到我了，我不是很担心，因为我坚信这只是一个训练，他要告诉我们一个道理“失去了金钱，我们只是失去了很少，失去了荣誉，我们失去了很多，失去了勇气，我们就失去了全部！安全通过，当我摘下眼罩的时候，！我窃喜，我是一个勇敢的女人！最后一个环节是“过电网”

72个人都要从一个距离地面1米多高，一个50多公分的方孔里逃出去，四周都是电网，方孔的边缘也是有电的，所有的队员要求不能说话，如果有一个人不守规则，所有的人全部退回，重新再来，进第一个的时候我们实验了很多次，仰着不行、趴着不行、侧着不行、要不就是马上就要成功了，还是碰到电线了，重新再来。

终于找到方法成功的逃出去了一大半，但是有的队员犯规了，于是我们所有的辛苦都白费了，重新来过。

时间在一分一秒的过去，对我们的耐力、精力、体力也是极大的挑战。

最后终于成功逃出去了71个人，最后这个人怎么办呢？讲师给了他两个选择，一、你可以选择冒险，但极有可能失败，失败的结果是我们全体重新再来。

二、选择死掉，其余的人全部逃脱。他选择了第二个，我泪流满面。讲师说就没有别的方法了吗？最后全体队员。成功！这个训练培养了我们全体成员同心协力、共同战胜困难的决心与信心，也让我深切感受到团队目标的实现需要每位团队成员的共同努力。让我更加懂得了为什么“细节决定成败”，懂得了管理过程中分工、协调、控制的重要作用。利用一切可以利用的资源，你就会绝地重生！

两天感受颇多！希望我在今后的生活工作中，能把在训练当中学到的知识，祛除糟粕，取其精华，使自己在生活和工作中都有所成长！自勉！

亲爱的看完同学的分享，回忆我们走过的成长旅程，你看到什么？听到什么？想到什么？感受到什么？你可以给我留言我们一起分享，当然我还要告诉你一个好消息，你的分享滋养我们的同时，我还会在见到你的留言后，奖励你一份神秘礼物，也就是催眠圣经，期待你越来越好啊，，一起来吧·········· 本文来在朱志一老师的空间

**第四篇：优秀业务经理巅峰执行力团队训练营大纲**

优秀业务经理巅峰执行力团队训练营

一、课程背景：

由于现在市场产品同质化非常严重，同样，店面销售特点同样是同质化非常严重，因此，造成产品动销非常不乐观，究其原因如下几点：

1、产品外观同质化。

2、使用功能同质化。

3、价格带基本相仿。

4、客户消费日趋理性化。

5、客户失去购买产品的理由和借口。

6、长期购买产品的客户没有被我们留住。

7、销售人员由于销售额无法提升的问题而失去对销售的热情。种种以上原因够成产品销售额下滑的外在理由。

我们要知道问题的发生归根结底是产生的内部，业务人员内在的原因成为产生以上原因的根本，抱怨工作不好做、客户要求多、同事不合作、领导不支持，对工作缺乏热情，整天消极，抱怨，责任感不强、执行力不佳，当一天和尚撞一天钟，得过且过，没有长远的目标和计划，忧虑自己和组织的前途！

而这些现象的根源是员工的心态出了问题，心态决定行为，行为导致结果，当我们看到结果不好是因为行为出了差错，而要改变员工的行为，必须先从改变心态开始！因为“心态决定一切”，心态改变了，一切都随之而变！

二、课程收获：

1、转变工作观念，工作是为自己做，工作时不抱怨，不埋怨、拒绝借口

2、提升忠诚度，树立敬业，负责的工作态度！

3、加强团队合作，建立与客户沟通的意识，4、让员工学会感恩与责任。

5、通过PDCA循环来统筹并改善每日工作的流程的管控。

6、建立问题解决系统，决不能就着问题本身解决问题。

三、课程大纲：

第一章、员工的职业化塑造

一、突破自我，改变心智模式

1、突破原有的观念，建立新的行为思想习惯

2、自信心是成功的基石

3、树立终生学习的意识

4、自我激励

二、积极心态、阳光人生

1、什么是积极心态？－－－－积极心态的力量！

2、消极心态的形成及危害

3、积极心态给人带来的益处

三、执行力决定因素之——承担责任

1、你在为谁而工作？定位不同，结果差别甚远！

2、责任越大，成就越大！不好好工作，谁的损失最大？.3、站在组织的角度想问题，你的成功随即展开

5、放弃责任，就等于放弃成长！承担责任是一个人成熟的标志！

6、努力让自己在团队中成为不轻易被人取代的人

四、执行力决定因素之之——坚持付出

1、职场成功的秘诀：热爱工作坚持到底 不找借口

2、盲目攀比：付出不同，怎能期待相同的回报？

3、工作就是你的银行，投入越多，收获越多！

4、获得晋升和提高收入的秘诀---提供物超所值的服务！

5、寻找薪水以外的东西，你将会获得更多！

五、执行力决定因素之之——绝对执行

1、服从是执行的基础，没有服从就没有执行，服从是成长最快的秘诀！

2、服从是领导之母，不懂得服从就不会领导！

3、执行是工作的最基本道德，执行成就自己

六、执行力决定因素之之——团队合作

1、成功在于配合：配合客户配合团队配合同事配合自己

2、无坚不摧的团队来自全体成员的倾力合作，如何加强合作？

3、合作是一种境界，如何打造合作团队（团队沟通“三多三少”）

4、与客户、同事及团队共赢

七、执行力决定因素之——凡事感恩

1、为什么要感恩？－－“感恩”的力量

2、感恩就是感恩一切，凡事感恩

3、感恩的伟大秘密：感恩越多 得到越多

4、养成感恩的习惯：常怀感恩的心 多讲感恩的话 多做感恩的 第二章：优秀业务经理应当具备的素质与能力

一、PDCA循环

1、我们业绩目标为什么总是完成不了？

2、目标如何设定？

3、如何制定实施计划？

4、如何进行计划调整与固化行动？

二、什么是问题？

1、摆在我们面前的问题都是假命题。

2、利用SWOT分析法进行问题根源的找寻。

3、什么是具体问题具体分析？5W原因分析法。

4、找到问题的原因后如何进行答复。

三、什么是沟通？

1、沟通基本概念是什么？

2、如何进行有效沟通？

3、沟通不畅产生的原因有哪些？

4、如何让沟通进行到底？

四、时间管理

1、认识时间管理

2、了解时间管理的现状

3、时间管理的陷阱

4、如何跨越时间管理的陷阱

五、创新性管理

1、整合一切可以整合的资源实现目标。

2、创新人生才是精彩的人生

四、授课方式：

讲师倾情授课+情景演练+案例分享

五、授课对象：销售经理及一线销售人员

六、授课时间: 1天（6-7小时）

**第五篇：巅峰团队----培训资料**

看而信了You see, so you believe

听而懂了You listen, so you understand

做而记住 You do, so you remember

一、为您自己负起100%的责任

什么叫对自己负责?

责任就是 “非常二加一” :

“二”没有假如:不把成功的原因归于环境;没有借口:不把出现的问题推给别人

“一”只要结果:永远愿意承担失败的后果

相信行动改变命运!我们应当对自己的行为负多少责任? 结果=没有结果+借口

借口＝外部原因 我们来看几个现象。。

同样的员工在不同的总经理的领导下表现不一样

他认为：责任在谁？责任在总经理？用自己的堕落来证明

过马路：我们用让那个司机压死，来证明司机错了

小孩子：离家出走。证明父母是错的

男女朋友：用堕落。。证明男朋友是错的，男人的问题 好笑吗？这些个问题存在吗？

虽然他是错的，你来承担这个后果？生命只有一次！你对自己负责了吗? 即使。。。

我也要。（行动）

因为。。（原因）别人闯红灯,不是我被压死的理由,我要对自己100%的责任: 即使我失去双手,我也要自强不息,因为我的心没有残废!即使有人闯红灯……….即使最亲近的人……….即使我不同意你的意见……….即使父母做错事……….即使领导不称职……….执行性人才的共同特点——对自己负责！

优秀的执行人才在性格,心胸,知识程度等等都可以完全不一样,唯一相同的是他们都有一个共同的特点:对自己负责

二、让您的内心变得强大

（一）我是一切的根源

一个人只有内心强大，才会外表平和；而只有平和的心态，才能有容乃大，海纳百川，具有别人难以超越的能力！故事一：赵本山、范伟和高秀敏的小品

启发：再也不要“心”累、“心”苦、“心”老 故事二：老和尚与小和尚的故事

启发：心灵的成长必须与物质财富的成长相平衡 故事三：美国心理学家的实验与日本江本胜的水知道答案 启发：人生在世的三大杀手是思想垃圾、情感包袱、负面思维 思考：自然灾害频发、人与人之间关系的冷漠、人的外在与内心的失衡说明了什麽？

苏格拉底说人生的两大悲哀

其一是我得不到我想要的其二是我得到了我想要的如何理解？

财务自由是为了身体自由，身体自由是为了心灵自由，越干越忙乱，越干越焦躁，越干越没有未来，那有什么意思呢？所以人生所有的目的是应该是一个体道，悟道，得道的过程。

相由心生，境随心转

破山中之贼易 破心中之贼难 人的表现=潜力-干扰 举例说明：牧师的儿子、苏东坡与佛印、我家里没了一把斧头、美国心理学家点人成金子般的人才原来却是随便点的

（二）建立正面、积极、阳光、平衡的思维

讨论：当一个人的思维模式错了的时候即使您很聪明但您所能想到的思路、办法都是错误的？

举例说明：五岁女儿、两岁儿子、丈夫、妻子、富翁的三个儿子、面对传菜生摔倒打碎盘子撒了菜…… 请牢记：

长江后浪推前浪、前浪死在沙滩上；多换脑袋少换人、不换脑袋必换人；思路决定出路、脑袋决定钱袋、屁股决定位置；今天工作不努力、明天努力找工作；不爱岗就下岗，不敬业就失业；当您思想老化的速度超过了社会前进的速度，而您知识更新的速度却赶不上社会前进的速度时就会成为绊脚石，即使您曾经是功勋、能人，对不起也要被无情的一脚踢开，这不是领导对您的无情而是市场竞争的残酷无情；这不是领导对您的绝情而是领导为了团队的根本利益，为了维护大家的合法权益的职责使然 五正

改变不良的注意力建立正见.改变不良的思维方式建立正思维.改变不良的行为方式建立正精进.改变不良的表达方式建立正语.改变不良的信念建立正念 六心

喜悦心.包容心.同理心.赞美心.共赢心.爱心

（三）因上努力 果上结缘 举例说明：吃六个馒头

太多人往往只看到别人功成名就后的辉煌但往往不去体悟别人为了今天的成功所付出的血水、汗水、泪水……总想着一步登天、一举成名、一夜暴富。

切记：真正打败一个人的往往是内心深处的小聪明 有道是： 菩萨畏因、凡夫畏果，因上努力、果上结缘，多关注因、少关注果、幸福自然产生结果水到渠成，多关注果、少关注因、烦恼自然产生结果永难呈现。请牢记：

不是生活当中没有阳光而是我们飞得不够高

不是生活当中没有风景线而是我们没有享受风景的心情 不是生活当中没有美而是我们缺少了发现美的一双慧眼 再长也没有长过比脚更长的路 再高也没有高过比人更高的山 一个人心有多高学习的路就有多长

三、营销的ABC

（一）、什么是市场？

一般说来市场是场所；是资源配置的方式。但我认为：市场是人这种动物争夺生存权的场所。对的东西不一定有用，但我们往往习惯给学员讲对而无用的东西，我们应当告诉学员讲对而有用的东西才好。人生最大的营销就在于给自己找市场。人生处处是市场，营销如同找对对象。恋人效应：谈恋爱成功者，营销则成功，像爱护恋人一样爱护产品，像追求恋人一样追求客户。

（二）、营销是什么？

一种思路

当一种产品处于相近价格的类似产品包围的海洋里时，一个更好的策略就是故意标出较高的价格。然后问自己，我们能在产品里加些什么才能配得上较高的价格？

“营销是一个创造客户，并为客户提供高于竞争对手的价值，同时为公司带来利润的战略和社会过程”

„营销的目的在于使销售成为多余‟

-彼德。德鲁克 从经典营销的4P（产品 价格 促销 渠道）到4C（需求、成本、便利、沟通）再到4R（关联、速度、关系、回报）客户关系的（建立、维护、挽回、发展）4V（差异化、功能化、附加价值、共鸣）来看公司的营销。

经典营销理论回顾---4 Ps：

产品（Product)

价格(Price)

渠道(Place）

推广(Promotion)如何从供应商的角度去关注客户价值---4 Cs ：

消费者（Customer）

成本（Cost）

便利（Convenience）

沟通（Communication）

如何从客户角度让公司现有客户无遗憾并进而吸引更多的潜在客户----4 Rs ：

关联（Relevance）

反应（Reaction）

关系（Relationship）

回报（Reward）

(客户关系的建立、维护、挽回和发展）

重点围绕创造客户价值来探讨客户关系管理----4 Vs：

差异化（Variation）

功能化（Versatility）

附加价值（Value）

共鸣（Vibration）建立起竞争的优势和竞争的主动权

“买”的是什么？

感觉

“卖”的是什么？

服务 营------把简单的问题复杂化------深入 销-----把复杂的问题简单化-----浅出

营销不是追求一次赢利最大化而是追求持续客户关系的改善，致力于提供卓越客户价，建立起客户由认同→信赖→依赖的忠诚。营销不仅仅是着眼于提供产品更是着眼于为其提供系统集成的客户整体问题解决方案；

营销就是要么着眼于打造一条产业价值链而展开竞争。要么着眼于镶嵌进产业价值链并成为链主，与上下游客户形成事业伙伴、战略同盟、利益共同体，并与企业利益相关者形成和谐关系。

营销就是要在资源整合，运作上做到四融两创即融资、融智、融文化、借力与创业精神创新思维，做好水平营销。着眼于终端客户更全面的需求，着眼于我们公司的更大平台建立起互相合作，互为服务共享资源超值服务的合作关系。

营销就是实现与客户的无障碍沟通，无风险销售，并牢牢掌握营销的主动权； 比如销售不畅是等死，如果控制不好风险销售多了又是找死，如何在风险控制上未雨绸缪、未病先防建立起防范机制。即不能因噎废食捆住了手脚又不能放任销售带来风险。

营销就是商品进入终端客户，实现最终价值。而不是滞留在中间环节的库存转移；

营销就是形成忠实客户群，进而在巩固老客户的基础上，通过口碑传播，不断开发新客户；

尤其是中央空调，基于其产品特性，对服务更是有着特殊的要求，售前的选型与咨询、售中的设计与安装、售后的巡检与维修都要求做得尽善尽美。也就是说，我们要为顾客提供一个系统的空气解决方案，而不是单纯提供售后服务就好。

营销就是创造品牌价值，形成高附加值洋客户感觉到赏心悦目的感觉价值，实现消费者青睐的消费者价值。

能够换位思考，真诚地为顾客着想，超值满足顾客需要，与顾客“以心换心”；实现“你、我、他，道、得、裕”的企业目标，使XXXX在市场上赢得越来越大的市场份额，最终驰骋于XXXX国际市场，成为国际知名品牌。

营销就是奉行孙子兵法的的五胜哲学

即就是奉行战胜不复，就是先胜后战无敌三年，就是不战而屈人之兵，就是全胜，就是速胜

营销就是既要在知常日明的红海中强身健体战胜对手，也要在避免不知常妄做凶的蓝海中抢抓机会创造机会超越对手以便老招新用，新招巧用，多招并用，招招管用，在牢牢把握竞争方向和主动权的过程中取得市场竞争的优秀。

比如：对竞争对手的审慎分析和细化分析中找到对手的软肋就是我们的机会，找到值得我们学习的优势树为我们的的标杆并制定赶超策略。

营销就是针对XXXX营销的特点，在组织营销上下功夫，按照孙子兵法的君子求之于势而不苛责于人，为营销人员的点对点营销营造更大的势，更好的场。

比如：展会、体验日、促销活动、后援支持、配套服务、销售政策 营销就是要么不做要做就做细分市场的老大要做就做区域市场的第一；

营销就是万里长跑盯死对手半步，抢先就在一瞬；

营销是一种科学：客观、普遍适用的、可重复的。、营销是一种艺术：主观、个性的、不可重复的。

不同的人用相同的规律得到的结论却不一样。这叫艺术。（写意不写实，飞流直下三千尺）齐白石有学我者生、仿我者死的警句。中国有两位职业作家最成功：一是琼瑶、二是金庸。他们最大的优势是市场细分准确。

琼瑶针对15---42岁的少男少女，她的文学价值不一定大，但她的追求是不食人间烟火的情。

金庸针对备受压力的城市白领（金领不需要看，蓝领偶尔看看也可）是头脑按摩大师。

四、营销人员的职业化素质 致力于培养；客户的专业顾问、营销人员的五气、营销人员的桥式营销素质、营销人员的饿狼精神、营销人员的职业化素质、销售团队的黑洞现象 6、销售团队不尽人意的根源

（一）营销人员需要五气 霸气

大气

和气

匪气

灵气

（二）桥式营销素质

客户习惯 目标

激情 沟通 桥式营销素质

天大地天不如目标大

爹亲娘亲不如客户亲

千好万好不如沟通好

河深海深不如激情深

东转西转不如习惯转

（三）营销人员的饿狼精神

饥饿难耐

锁定目标

志在必得

穷追不舍

团队合作

反应敏捷

（四）营销人员的职业化素质 职业化

（1）以最小的成本追求最大的效益（2）细微之处 做得专业（3）尽量用理性的 态度对待工作（4）别人不能 轻易替代（5）以此为生 精于此道 营销人员的五知： 竞争对手、客户、产品、公司、自己

单个的个体不强大，销售团队也不会强大，所以我们讲一讲营销精英的素质。营销人员有三个层次：一是送货员，只需动手送去就可以，只需讲究礼仪。二是推销员，不但要动手还要动口，所以更讲究技巧。三是营销精英，还要动脑，就是要有创造性。

有策划家的头脑

有技术员的双手

有演讲家的嘴

有运动员的双脚

有艺术家的心灵

（五）销售团队的黑洞现象

只重视结果不重视过程、四种怠式方式、八大心理疾病、一放就乱，一管就死、脚踏四只船，胳膊往外拐、单打独斗，缺乏团队意识、独门功夫，缺乏职业能力、角色错位，干了不该干的活、政策研究专家

只重视结果不重视过程造成五个方面的问题： 业务员行动无计划，无考核；

无法控制业务员的行动，从而使销售计划无实现保证； 业务员的销售活动过程不透明，企业经营的风险增大； 业务员工作效率低下，销售费用高；

业务员的销售水平不提高，业务员队伍建设不力。

以上这五个问题归纳成一句就成了：声势惊天动地、广告铺天盖地、分公司漫天遍地、经理花天酒地、资金哭天喊地、业务员昏天黑地。四种怠式方式

只给压力不给指导就会造成： 出勤不出工，出工不出力，出力不出活，出活不出利。八大心理疾病

过分给业务员压力就会造成：

没有危机感、责任感，混一天算一天。他们是部下时，所有上司都是笨蛋；他们是上司时，所有部下都是笨蛋。对企业发展没有信心。

能干则干，不能干则走。出现春节后的尴尬，就是春节后一上班，发现很多人都跳走了，因为工资、奖金都发完了。与其他公司攀比待遇。

对前途迷茫，信心不足（吃青春饭）。畏难情绪（没有组织支持）。

竞争激烈，对现实不满（总是受挫折）。家庭生活矛盾（长期出差在外）。

政策研究专家(有的销售员研究企业政策很透，比如销售额过了一个坎提成就不一样了，所以就会出现这个月往往不交钱，攒到一个月一起交。)

（六）销售团队不尽人意的根源

销售主管的管理角色错位。

不入流的管理者是自己干，别人没事干；一流的管理者是自己不干，让别人玩命干；超一流管理者是只要自己活着，别人就会干。销售队伍的心态调理与能力提升做得不够。销售表单、报告未能善加运用。

五、营销的技巧

（一）与客户沟通的技巧 销售心得感悟…… 找对人比说对话更重要！

1、沟通的两个法则

黄金法则：你希望别人怎样对待你，你就怎样对待别人。这种与人交往的原则不是与客户打交道的最高境界，因为自己喜欢的、期望的方式客户不一定喜欢。故事:中学数学老师与初一学生的故事

大学教授与寒门学子

白金法则：别人希望你怎样对待他们你就怎样对待他们。也就是说我们要用别人喜欢的方式对待别人。我们要善于研究我们的客户，分析客户，发现客户的喜好。要善于换位思考，从客户的角度来考虑问题，要善于用客户喜欢的方式来同客户打交道，也就是用白金法则来与客户沟通。故事：妈妈我是从哪里来的……

2、沟通的八字定律

销售心得感悟……

不能同流，那能交流；不能交流，那能交心；不能交心，那能交易！最好的销售人员是与客户泡在一起的人；因为日久见真情，人脉=钱脉！掌握一个原则：双赢策略 OK矩阵

我不OK 你也不OK 我OK 你不OK 我不OK 你OK 我OK 你也OK 关键1：建立良好的首因效应 什么是首因效应

销售人员是企业形象的代言人

我们没有第二次机会改变留给客户的第一印象

关键2：掌握与客户沟通的语言艺术 只知道我、我、我，就是笨、笨、笨。

语气和语式

语言的准确性

讲究语言美

语言的规范性

正确称谓对方并及时加以赞美

记忆力问题其实就是注意力问题，只要用心做，90%的事情都是容易的。关键3：通过肢体动作解析对方心灵密码

任何一种肢体动作都是一种信息的传递。有时，我们无声的肢体动作比有声的文字语言更容易吸引对方的注意力。关键

4、倾听出拒绝你的真正原因 80/20法则的运用

神入（听出弦外之音）

不打断对方

对对方的话题感兴趣

当客户决定要购买时，通常会给你暗示，所以，倾听比说话更重要

通过对5000个推销记录的细致分析，有关专家找到客户购买或拒绝的原因，结果发现有60%的客户没有说出真实原因，他们在拒绝时所说的原因与真实原因毫无关系，只有38%的客户说了真话。

人们做某件事，一般有两个原因，一个只是听起来顺耳，另一个才是真正的原因。

—— 斯坦利.摩根 关键5：有效处理客户异议

客户有异议

失败 22%

再商议 14%

成功64% 客服无异议

失败 25%

再商议 21%

成功54% 重视客户异议

推销失败的第一定律是：与客户争高低。

与对方争论等于将自己的生意一棒子打死。

——卡耐基

关键5：有效处理客户异议 Yes…yes….but…

我同意……同时……，我了解……同时……，我尊重……同时…… 不要对客户说：

“ 不！不是！不对！不会啦！不可能啦！没问题啦！怎么可能呢！”

应该讲您： “说得很对！您的分析很有道理!是的，你的见解非常精辟！

是的，您真有眼光！您很有经验！”

《七+一法则》的运用

引导对方的思考到自己想要的方面来 关键6：找对客户的需求

推销的秘诀在于找到人们心底最强烈的需求,并帮他们满足,如果你不关心别人的需要,凭什么指望别人会关心你的需要? 自我实现需要

尊重需要

社交需要

安全需要

生理需要 不能命中靶子决不归咎于靶子。销售不成也决不是客户的过错。频繁启动关键按钮

强调客户产品需求： 突出自己产品优点

关键7：真诚销售,当好购买者的参谋 打动客户的心而不是脑袋,因为心离客户装钱包的口袋最近……

忠诚于客户比忠诚上帝更重要。你可以欺骗上帝一百次，但你绝对不可以欺骗客户一次 案例分享

你在马路上行走，经常会遇到很多直销的人员。有一次，我遇到一个推销电子手表的销售人员，销售人员说：先生，我能打扰你5分钟吗？ 我说：可以，有什么事情吗？

销售人员：我是\*\*公司的，主要想让你看了解以下，我们最近在搞一个关于电子手表促销活动，我们这个电子手表是世界名牌“精工”；同时他的工艺非常好，是日本制造的，而且性能稳定；同时让防水、防震、有夜光；这个表目前在大商场里需要RMB1，500元，今天我们正在搞促销活动，所以价格非常便宜，RMB500元，先生，我看你对这个表一定喜欢，而且是物超所值，你一定会考虑的，是吗？

我说：考虑什么呢？销售人员：考虑这个手表，买还是不买？我说：，不会吧，现在就要买，我要考虑一下。

销售人员：你还考虑什么呢？先生，我告诉你，目前我们正在搞活动，今天你还能遇到我，明天我们的促销活动就要停止了，如果今天不买的话，以后就会是商场里的价格RMB15OO元了，这么好的机会，你怎么会错过呢？

我说：你这个表，看上去还不错，遗憾的是我已经有表了。

销售人员：有表，也可以多一个表，而且一般的 表，几乎没有防水、方正、防震、夜光的功能，我感觉你主要是考虑价格太贵了，是吗？ 先生，你看可不可以这样？今天，我们就算交个朋友，我看你也非常诚心想买，今天价格我亏本买你RMB200元，我想你就不要还价了。（边说边把手表塞给我！）我说：你还不了解我的需求，你怎么就把手表推给我呢？ 销售人员：先生，我已经解释过了，现在我们在稿促销活动，如果你今天不买的话，你一定要后悔的！以后要买只能RMB1500元，这是最后的机会了，其他你也可以作为礼品来送人，你不买一定会后悔的！我建议你，就不要犹豫了，你准备买一个还是二个呢？ 我说：对不起，我要走了！[案例讨论]

1、你认为，这样的销售为什么失败的原因？

2、这种小销售与工业品销售之间的差异在哪里？

（二）比如产品介绍的FABE

“F”指产品的特征；“A”指产品某一特征的优点；B指产品的某一优点带给客户的好处；E证明。

三个点一个主题：支持点；问题点；机会点；销售主题（卖点）。

（三）、怎样拜访客户

1、约定时间和地点

事先打电话说明拜访的目的，并约定拜访的时间和地点。不要在客户刚上班、快下班、异常繁忙、正在开重要会议时去拜访。也不要在客户休息和用餐时间去拜访。

2、做好拜访前的准备工作 阅读拜访对象的个人和公司资料。准备拜访时可能用到的资料。穿着与仪容。检查各项携带物是否齐备（名片、笔和记录本、电话本、磁卡或现金、计算器、公司和产品介绍、合同）。明确谈话主题、思路和话语。３、出发前

最好与客户通电话确认一下，以防临时发生变化。选好交通路线，算好时间出发。确保提前5至10分钟到。

4、到了客户办公大楼门前

再整装一次。如提前到达，不要在被访公司溜达。

5、进入室内

面带微笑，向接待员说明身份、拜访对象和目的。从容地等待接待员将自己引到会客室或受访者的办公室。如果是雨天，不要将雨具带入办公室。在会客室等候时，不要看无关的资料或在纸上图画。接待员奉茶时，要表示谢意。等候超过一刻钟，可向接待员询问有关情况。

如受访者实在脱不开身，则留下自己的名片和相关资料，请接待员转交。

6、见到拜访对象

如拜访对象的办公室关着门，应先敲门，听到“请进”后再进入。问候、握手、交换名片。客户请人奉上茶水或咖啡时，应表示谢意。

7、会 谈

注意称呼、遣词用字、语速、语气、语调。会谈过程中，如无急事，不打电话或接电话。

8、告 辞

根据对方的反应和态度来确定告辞的时间和时机。说完告辞就应起身离开座位，不要久说久坐不走。感谢对方的接待。握手告辞。如办公室门原来是关闭的，出门后应轻轻把门关上。客户如要相送，应礼貌地请客户留步。拜访客户的一条线三张表六定 一条线

要根据分布图，设定业务主任工作区域，业务代理工作线路。在工作区域、路线上根据分布图标出该线网点位置、客户编号、拜访频率。三张表：

客户登记表（客户档案）。记载客户详细资料、经营状况等，该表是所有工作的基础；

客户服务表，包括客户编号、客户等级、进销存状况、店面陈列、存在问题等，该表明确规定了业务代表的工作内容，包含了公司希望了解的所有信息。

订货表，根据了解到的资料及客户的经营情况，及时接受客户定货。六定： 业务人员稳定；

每个业务人员的销售区域相对稳定； 每个业务人员负责的销售网点相对稳定； 每个网点的访问具有相对稳定的频率； 每个业务人员工作路线相对稳定； 每个点的访问时间相对稳 定。

（四）、修炼营销功夫

“销售功夫是来源于销售实战的成功经验的科学总结并不断完善和发展的社会心理学技术.”

销售功夫的本质是成功的习惯.销售功夫不是神功秘籍

销售功夫不是终极捷径

销售功夫听着易懂, 光听不会!销售功夫看着明白, 做着糊涂!销售功夫想着容易, 实践困难!练/恋/炼

销售功夫是马步长拳

销售功夫是汗水结晶

老招新用新招巧用

多招并用招招管用

熟能生巧随机应变

人云老十招一吃二喝三奉送四吹五拍六攀亲七拉八打九殷勤最后一招送美人

又有：自残、作秀、造势、炒作、贴金、请托、请辞、寻租、安全、示弱； 再有所谓狠损绕忍之说

“狠损饶忍”，拳拳到肉

重拳出击，“推”“拉”结合 “有招”胜“无招”，“多招”胜“少招”

“一招”胜“万招”，“无招”胜“有招” 一流武功高手和三流高手之间的区别就在于——

三流高手在市场上总是一招接着一招的使出，虽然招招不同，但消费者只要稍微侧一下身子，他的所有“拳脚”就几乎是全部落空。

一流高手瞅准市场的软肋，想好一招，只要使出来就足以让对方倒下去。这是“一招胜万招”。

超一流高手平时无招，但一旦遇到困难，胸中总有韬略。当产品在市场上遇到的困难向他袭来的时候，凭“直觉”就知道核心问题出在什么地方，应该用什么样的手段才最直接有效。

这就是市场营销的最高境界：“无招胜有招”

六、卓越的客户关系管理

（一）20/80法则与大客户

“20/80法则”------解释为“一家企业80%的收益来源于20%的客户”。

也就是说，20%客户创造了企业80%的收益，这部分客户才是企业生存和发展的命脉，是企业的“大客户”。

客户种类 •按时间分

过去（曾经购买过）的老客户

现在（正在交易）的新客户

未来（可能发生交易）的潜在客户 •按所处位置分

内部客户（从业人员、基层员工、主管、甚至股东）

外部客户（显著型、隐藏型）

（二）、客服采购的因素

影响客户采购的因素—模型

（三）、客户服务的五大差距模型

服务质量的五大差距模型分析

朋友的口碑+服务承诺+客户需求=客户期望 高品质的商品+服务承诺+规范化作业=实际服务 实际提供的服务>客户的希望----客户很满意 实际提供的服务=客户的期望----客户基本满意 实际提供的服务<客户的期望----客户会不满意

（四）、客户关系管理(CRM)模式浅析

卓越的客户关系管理

建立客户资料卡

客户姓名

通信地址

电话号码

身份证号码

购买或接受服务日期

客户的兴趣、爱好、社会关系

客户的资金状况、客户的财务状况

客户的付款情况、客户的经营情况及信用等级 定位——就是围绕价值做加减法 删除——客户不关注的价值 减少——客户较少关注的价值 增加——客户较看重的价值 创造——客户最关注的价值 客户服务成熟度(CSMM)：5级

第一级：只推销产品。与客户的关系只是买卖关系。

第二级：在推销产品的同时，也宣传自己的企业。但 与客户的关系仍然只是买卖关系。第三级：不仅推销产品，同时也重视服务。并向客户宣传自己企业的价值观和客户服务理念。但与 客户的关系仍然只是买卖关系。第四级：除了向客户出售产品和服务，同时与客户建立合作伙伴关系。深入了解客户的需求。帮助客 户改善其产品和服务质量。为客户建立了5x8 服务热线。客户有一定的投诉渠道。

第五级：在第四级的基础上，向客户引入行业最佳盈利 模式。与客户一起达到双赢目标。为客户建立了畅通无阻的7x24服务热线、技术支持和投诉 渠道。为什么要优质的服务

1、服务业的成长

2、竞争的加剧

3、对客户理解的加深

4、优质服务具有经济意义 服务的意义：

市场竞争的差异化策略---服务

假如：公司无差异 产品无差异

实力无差异 品牌无差异

技术无差异 人员无差异

那么：客户为什么要选择你？

好的服务品质可以消除竞争？ 好客户的自白书

我是一个好客户，因为我从不挑剔服务的好坏

当我走进一家餐馆，不会在乎侍者们的聊天，只会在座位上静静地等候。当我步入一家商店，不会对店员不悦的脸色做反应，我不会怒目相对，因为以牙还牙是不妥的。

当我开车到加油站加油，等了很久，漏了不少汽油还擦脏车玻璃，对于这些我仍然没有抱怨。

我从不跺脚，也不嘟囔，就是有人这么做，我也不想学他们的样，因为我是一位好客户。

我也是一位绝对不会再上门的客户 客户抱怨歌

（1）你说过有空来看我 我没忘记你 你忘记我（2）一等就是一年多 连名字你都说错

（3）三百六十五个日子不联络

证明你一切都是在骗我4）你心里根本没有我 把我的钞票还给我(5)早忘记当初的承诺 把我的钞票还给我 好的服务

客户会平均转告5个人

有效地解决客户问题，95%会成为忠诚客户

开发新客户比维持老客户多花费5倍成本，1个忠诚客户=10次重复购买产品的价值

保持老客户创造的价值=拜访新客户价值的6倍 举例：经历过的最好的服务 不好的服务

客户将抱怨平均告诉10个人 20%的抱怨客户会告诉20个人

一次不好的服务，需要12次好的服务来修正

一般只听4%的抱怨声，81%的抱怨客户永远消失。每年业绩成长若只有1%，则市场占有率下降2% 举例：经历过的最差的服务 为什么会失去客户-----置金钱或利益于服务之前 好的服务信誉和口碑能----提高客户信任度

增加业务的信誉

带来更多的客源 便宜有效的广告宣传 客户满意：

客户满意 经常购买 传播产品优点 成为忠实客户 产生新客源 销售提升 认可度提高 效益增加 成为名牌

企业进入良性发展循环 客户不满意：

客户不满意 不再购买 教播流言 销量减少 信誉下降 品牌受挫 效益降低 潜在的客源流失 企业陷入恶性循环 服务的多层次：

基本服务 满意的服务 超值的服务 难忘的服务 服务水准线

达到并超越客户的期待 满意忠诚的客户 忠诚客户 满意的客户≠忠诚的客户 经常重复购买公司的系列产品 对竞争对手的促销手段有免疫性 品牌倡导者：对公司的信任和支持 主动传播并宣扬满意服务和公司品牌 主动转介绍推荐销售员 客户服务的步骤：

建立客户服务档案，分类整理并熟悉

调查客户对服务的种种需求，并做分析和准备

拟定客户服务计划和行动方案，并进行服务拜访

对服务满意度进行追踪反馈，量化评分找出疏漏之处

持续、改进、完善直至百分之百绝对满意 如何处理客户不满

最佳的方法是预防胜于治疗

如果不幸出现问题，行动要快，尽早解决，否则事态扩大，难以收拾。

客户的不满源自我们服务的不足，是我们学习成长的机会，而非故意找茬。当客户不满意时

————抱怨是一种信赖

只有4%的抱怨声被听到。据统计96%的不满意客户表示的是无声的抗议，没有明确表达出来。往往会默默离开

90%的客户会永远也不买这个品牌的产品或照顾我们的生意，这些不满的客户会把这种不满传递给其他消费者。抱怨是客户对商品或服务方式的不满意及疑问我们吸引一个新客户的难度会是留住老客户的6倍 客户抱怨时想得到什么

1、希望得到认真的对待

2、希望有人聆听

3、希望有反应,有行动

4、希望得到补偿

5、希望被认同,被尊重得到关心和爱护 说出来的抱怨句句是黄金

零缺点也会有抱怨，因为未达到客户的期望。客户有抱怨，意味着客户对你有期待。抱怨是客户对我们信赖和期待的表达。

父爱——爱你没商量

母爱——柔情似如水 优质的客户服务五项要点

七、品牌营销

从品牌成长社会链（知名度、可信度、美誉度、忠诚度、依赖度五度合一）的角度把经多年的精心培育，公司已经树立起…………多个品牌，进行品牌营销，让公司…………荣誉称号这个金字招牌更加熠熠生辉。品牌成长社会链

知名度¬——我听说过这个品牌 可信度——我信任这个品牌 美誉度¬¬-我喜欢这个品牌 忠诚度——我会继续使用这个品牌 依赖度——我无法离开这个品牌

八、销售沙漏诊断法

销售沙漏用于管理业务人员或销售团队的客户跟进水平。从刚有兴趣的“准客户”到准备签约的客户，他们在一个跟进系统中的状态决定了你公司近期销售预测和未来的发展。

健康状态

客户在销售沙漏的各个层面均衡分布，业务源源不断。

开始接触 销售建议 合同商谈 成交 症状之一

接触了大量的客户，但无法深入，离成交遥遥无期。原因分析：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 解决方案：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 症状之二

大量客户在接触或洽谈，但往往功败垂成，难以成交。原因分析：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 解决方案：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 症状之三

今天业务尚可，但客户逐渐枯竭，走一个少一个。原因分析：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 解决方案：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 症状之四

业务时好时坏，或上或下，不能持续稳定地发展。原因分析：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 解决方案：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找