MERCURI international

KAM

8个步骤以实现KAM的成功:

为了充分利用好重要客户管理，您需要有一个明确定义的流程和结构。这是帮助您入门的分步指南。

1 设定目标和策略

在您开始之前，制定一个明智的、可持续的策略是至关重要的。这将是您整个KAM项目的指路明灯，因此清楚地了解您的目标是一个至关重要的参考点。

2 分析客户的市场和价值链

如果对客户的立场、痛点以及他们的目标没有一个清晰、完整的了解，您将无法建立有意义的、富有成效的关系。要从内到外深入了解他们的业务。

3 评估与客户的关系

客户通常不只是一个人，而是一系列的利益相关者，他们可以增强或阻碍您的整体关系。找出相关方，评估他们在公司的权力以及他们对你的态度。

4 准备立场

现在是时候把这一切都结合起来了。一份立场声明将帮助您将所有的见解和分析集中到一个地方，为您启动KAM活动计划提供一个很好的参考点。

5 评估商机

仔细研究您收集到的所有信息，问问自己"业务发展的机会在哪里"？诚实和客观，在重要客户中挑选真正有获胜机会的商机。

6 准备价值主张

一切都与价值有关——了解清楚它对客户意味着什么，并精心设计您的产品来向客户提供价值。查看需求、特性和益处，构建一个能够精确满足客户需求的价值主张。

7 管理潜在冲突的情况声明

有时候，尽管您尽了最大的努力，客户还是会说不，或者可能会产生冲突。看看你的沟通风格，问问自己是否有其他冲突较少的方式来处理谈判。赢得争论和赢得生意是不一样的。

8 回顾

当您完成所有这些后，仔细检查每一步并问自己"哪些地方可以做得更好"？好的重要客户管理永远不会一成不变 — 这是一种持续、流畅的进步。完美是一种理想，但实际上总是有改进的空间!

重要客户管理