

透析问题 技巧精到
经典案例 实用工具



客户管理

一本全

邓艳春 胡建军 杨文忠 编著

KEHU GUANLI
YIBENQUAN

- 客户管理方法全攻略
 - 实用表格模版全收录
 - 现查现用，即学即会
- 一本在手，完全掌握客户管理技巧

广西人民出版社



客户管理

一本全

邝艳春 胡建军 杨文忠 编著

广西人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

客户管理一本全 / 邳艳春, 胡建军, 杨文忠编著.

—南宁: 广西人民出版社, 2009. 2

ISBN 978-7-219-06411-5

I. 客… II. ①邳…②胡…③杨… III. 企业管理:
销售管理 IV. F274

中国版本图书馆CIP数据核字 (2008) 第 175935 号

监 制 江 淳 彭庆国
项目策划 杨 冰 郑 洁
责任编辑 杨 冰 郑 洁
责任校对 周月华 张泉英
美术编辑 王 霞

出版发行	广西人民出版社
社 址	广西南宁市桂春路 6 号
邮 编	530028
网 址	http://www.gxp-ph.cn
印 刷	广西大一迪美印刷有限公司
开 本	710mm×990mm 1/16
印 张	19
字 数	250 千字
版 次	2009 年 2 月 第 1 版
印 次	2009 年 2 月 第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-219-06411-5/F·783
定 价	29.80 元

版权所有 翻印必究



客户管理应注重自我再造

我们还是从一个经典的故事说起……

企业家 C 先生到东南亚出差，下榻于一家当地有名的海滨酒店，这是他第二次入住该饭店。次日早上，C 先生走出房门准备去餐厅，楼层服务生恭敬地问道：“C 先生，您是要用早餐吗？”C 先生感到很奇怪，反问：“你怎么知道我姓 C？”服务生回答：“我们饭店规定，晚上要背熟所有客人的姓名。”这令 C 先生大吃一惊，尽管他频繁往返于世界各地，也入住过无数高级酒店，但这种情况还是第一次碰到。

C 先生愉快地乘电梯下至餐厅所在楼层，刚出电梯，餐厅服务生忙迎上前：“C 先生，里面请。”C 先生十分疑惑，又问道：“你怎么知道我姓 C？”服务生微笑答道：“我刚接到楼层服务电话，说您已经下楼了。”

此后，C 先生成为这家酒店的常客，只要有机会，他必定要入住这家酒店，即使在附近，他也要拐弯过来入住。“在异乡，在一家陌生的酒店，有很多人能知道我的姓名，并且亲切地叫我，在那一刻，我感到了家的温暖。”

看完这个故事的您一定会为这家酒店的客户服务所惊叹，一个细节，一个别人忽略或者做不到的小事，让 C 先生成为酒店的忠实客户。

研究这家酒店的专家发现，酒店服务人员很普通，都是从当地招来的人员，里面有实习生，甚至有一定数量的临时工。这时候您一定会问，那如何保证服务质量？答案是：流程和培训。不难看出，这家酒店在客户服务上有着极为细致和严格的流程，从故事中，我们能看到：首先服务员要在客户入住当晚背熟客户姓名，在客户下楼时，服务员要给餐厅侍应生电话告知，餐厅侍应生接到电话，迅速做出反应，迎接客户。这就是流程，我想这个流程，相对于很多酒店苍白的“宾至如归”的大标语，竞争力立即凸现出来。服务人员的素质并不相同，但是流程可以确保顾客得到相同品质的服务。对于任何一家企业，做好客户管理，功夫不在对外，在于“自我”。

目前，中小企业在客户关系管理上无法避免地存在这样一些问题：

- 服务人员流动性大，服务人员素质参差不齐，而使企业客户关系蒙受损失；
- 客户文档分散、混乱，增加销售和客户服务工作难度；
- 缺乏系统管理，较难建立并持久维系良好的客户关系，客户满意度低；
- 客户资源利用不够充分，造成极大的浪费；
- 潜在客户信息的收集整理和跟踪不系统，新客户数量增加缓慢。

自我再造，就是建立客户管理流程和制度，并且对相应的服务人员进行有效的

培训。本书是一本难得的中小型企业客户管理大全，书中针对中小企业客户关系管理发展的现状提供对应的解决方法，并对其遇到的问题寻求解决之道。

本书分为上篇和下篇，上篇为客户管理实战，主要是为读者在日常可能遇到的客户管理方方面面的问题提供解答和方案。

下篇侧重为客户管理制度建立提供经典资料。大量的表格文档经过实战检验，适应市场的需求，读者能拿之即来，来之能用，可以极大地节省摸索时间。

我们期待这本钻研客户管理的全书，能够实实在在为您实际工作提供帮助和参考，或许其中的某些启示，能在您的企业得到应用，期待您的客户从您这里收获更多的“温暖”！

笔者于北京

2008. 3. 19





客户管理应注重自我再造	(1)
-------------------	-------

上篇 客户管理实战

第一章 客户信息管理	(3)
第一节 客户信息收集	(3)
一、客户信息收集的方法	(3)
二、客户信息收集的目的	(4)
三、客户信息管理中的问题	(4)
第二节 客户信息分析与挖掘	(5)
一、客户大环境分析	(5)
二、客户赢利分析	(8)
三、交叉营销	(9)
四、客户细分	(13)
第三节 客户日志：客户服务的法宝	(16)
一、客户规范管理	(16)
二、客服人员规范操作	(18)
三、个人客户转为企业客户的重要工具	(19)
四、预知预判先行	(21)
第二章 客户关系管理	(23)
第一节 客户关系管理是什么	(23)
一、客户关系管理的涵义	(23)
二、实施 CRM 战略的主要步骤	(24)
三、如何进行 CRM	(24)
第二节 与客户结盟	(25)
一、客户更像是爱人	(25)
二、客户需要有效选择	(28)

三、客户保持	(32)
四、如何与新客户相处	(34)
五、如何与最难缠客户交往	(36)
第三节 客户联谊会实操	(38)
一、客户联谊会的目的、时间及地点	(38)
二、活动的形式与计划	(39)
三、活动主题、内容及预算	(39)
四、活动筹备工作	(39)
五、客户联谊会程序	(40)
第四节 成为谈判高手	(42)
一、确定谈判目标	(42)
二、深入研究、分析客户需求	(44)
三、处理价格的技巧	(46)
四、掌握常用的成交方法	(47)
第五节 如何向客户“张口”要钱	(50)
一、预防为主	(50)
二、回收货款有技巧	(52)
三、防范“老赖”	(53)
四、通过法律途径收回货款	(54)
第三章 客户流失管理	(56)
第一节 客户流失的原因分析	(56)
一、员工跳槽导致客户流失	(56)
二、客户“叛变投敌”	(57)
三、市场波动导致客户流失	(58)
四、细节的疏忽导致客户流失	(58)
第二节 如何应对客户“跳槽”	(59)
一、分析客户“跳槽”的要点	(59)
二、分析客户“跳槽”的方法	(60)
三、实施补救，挽留客户	(62)
第三节 有效控制员工离职带走客户	(64)
一、让你的员工忠实于你	(64)
二、细化销售过程，注重管理	(66)
三、转变用人观念，建立学习型团队	(67)
第四节 保管好老客户	(68)
一、照顾好老客户	(68)

二、“粘”住客户	(69)
三、客户资料是个宝	(70)
第五节 让客户永远忠诚于你	(72)
一、客户忠诚度分析	(72)
二、客户忠诚度的五要素	(74)
三、如何提高客户忠诚度	(75)
四、客户满意度调查	(78)
第四章 客户异议管理	(81)
第一节 正确处理客户中的异议	(81)
一、看懂异议原因	(81)
二、处理异议的心态	(83)
三、处理异议的技巧	(84)
第二节 如何对客户说“不”	(85)
一、大声对客户说“不”	(85)
二、企业利益永远第一	(87)
三、做勇敢的扣球手	(89)
四、重承诺，慎重表态	(91)
第三节 客户主要异议解答及策略	(93)
一、厂家产品价格过高	(93)
二、对产品有否定评价的客户	(95)
三、“没有时间”	(96)
四、“哭穷”	(97)
五、“市场不景气，生意难做，过一段时间再说”	(99)
六、“厂家的政策不够灵活”	(100)
第四节 处理抱怨的原则与步骤	(101)
一、处理抱怨的原则	(101)
二、把抱怨当做资源来经营	(103)
三、客户的投诉是美丽的礼物	(104)
四、处理客户异议的步骤	(105)
五、聪明老板让抱怨提升品质	(107)
第五章 客户服务管理	(110)
第一节 树立客户就是亲人的意识	(110)
一、始终信奉客户第一的原则	(110)
二、顾客永远不会错	(111)
三、不要低估每一位客户	(112)

四、个性化营销	(114)
五、做好售后服务	(115)
第二节 让员工通过服务执行战略	(117)
一、树立完美的自我形象	(117)
二、决定胜败的第一印象	(120)
三、千万别找借口	(122)
四、让自己的语言更有吸引力	(123)
五、培养一线人员的情绪管理	(126)
六、创建出色的客服部门	(127)
第三节 学会与客户沟通	(129)
一、为什么沟而不通	(129)
二、表达	(132)
三、倾听	(135)
四、反馈	(139)
第四节 有价值的沟通	(142)
一、拜访技巧	(142)
二、说话有分寸	(144)
三、小心中圈套	(146)
四、想客户之所想	(147)
第五节 从服务细节开始训练	(149)
一、细节，从小事做起	(149)
二、快速把握客户的兴趣集中点	(151)
三、不要贬低客户的判断力	(152)
四、微笑服务是态度更是技术	(153)
第六节 呼叫中心管理	(155)
一、呼叫中心的发展	(155)
二、呼叫中心功不可没	(157)
三、呼叫中心系统建立与运营	(158)

下篇 客户管理实战

第一章 客户管理流程	(165)
第一节 建立客户管理制度	(165)
一、客户服务部工作目标	(165)
二、客户服务部职能	(165)

三、客户服务部职责	(166)
四、客户服务部门不同岗位的职责	(168)
第二节 客户关系管理工作流程	(170)
一、客户关系评估流程	(170)
二、客户提案管理工作流程	(171)
三、客户提案意见办理工作流程	(172)
第三节 客户日常交往管理工作流程	(173)
一、客户拜访工作流程	(173)
二、客户接待管理工作流程	(174)
三、会议室申请工作流程	(175)
四、接待会议管理工作流程	(176)
五、客户招待所用餐管理工作流程	(177)
第四节 客户信息调查工作流程	(178)
一、客户信息调查工作流程	(178)
二、设计调查问卷的工作流程	(179)
三、客户调查工作流程	(179)
第五节 服务质量管理工作流程	(181)
一、编制服务质量文件流程	(181)
二、服务质量文件的管理程序流程	(182)
三、质量记录的管理程序流程	(183)
四、制订客户服务标准工作流程	(184)
第六节 售后服务管理工作流程	(185)
一、客户售后服务业务工作流程	(185)
二、制订售后服务计划的工作流程	(186)
三、售后服务业务培训流程	(187)
四、售后服务调研工作流程	(188)
第七节 客户服务部人员管理工作流程	(189)
一、客服人员考勤管理工作流程	(189)
二、客服人员培训工作流程	(190)
三、客服人员业绩考核工作流程	(191)
第八节 客户服务质量检查、审核、评估工作流程	(192)
一、客户服务质量检查流程	(192)
二、客户服务质量审核工作流程	(193)
三、客户服务质量评估工作流程	(194)
第九节 客户投诉管理工作流程	(195)

一、客户投诉的总体工作流程	(195)
二、客户投诉受理的工作流程	(196)
三、客户投诉处理的工作流程	(197)
第二章 客户服务部门管理工作细化执行模板	(198)
第一节 客户服务部人员管理工作模板	(198)
一、客服经理工作手册模板	(198)
二、客服人员考勤管理制度模板	(199)
三、客服人员加班管理细则模板	(200)
四、客服人员休假制度模板	(201)
五、客服人员培训制度模板	(202)
六、客服人员工作纪律管理制度模板	(204)
七、客服人员业绩考核制度模板	(205)
八、客户服务部岗位竞选办法模板	(206)
第二节 维护客户关系管理工作模板	(207)
一、客户关系管理办法模板	(207)
二、客户提案管理制度模板	(208)
三、客户提案意见办理制度模板	(208)
四、客户服务实施办法模板	(209)
第三节 服务质量管理制度模板	(210)
一、服务质量管理制度模板	(210)
二、客户服务质量责任制度模板	(211)
第四节 服务质量检查、审核、评估制度模板	(212)
一、服务质量检查制度模板	(212)
二、服务质量审核制度模板	(213)
三、服务质量评估制度模板	(217)
第五节 售后服务管理模板	(218)
一、售后服务人员服务准则模板	(218)
二、售后服务人员培训制度模板	(219)
三、售后服务管理制度模板	(220)
四、售后上门服务制度模板	(222)
第六节 客户投诉受理办法模板	(223)
一、客户投诉受理办法模板	(223)
二、客户投诉受理办法模板	(225)
三、客户投诉案件具体处理办法	(225)
四、客户退换商品处理办法模板	(227)

五、客户投诉经济处罚规定模板	(229)
六、客户索赔处理规定模板	(229)
七、客户投诉行政处罚规定模板	(230)
第七节 客户日常交往管理工作模板	(231)
一、客户拜访制度模板	(231)
二、客户拜访区域规划管理办法模板	(232)
三、客户参观接待管理办法模板	(233)
四、客户接待会议管理制度模板	(234)
五、客户招待用餐管理规定模板	(235)
六、客户接待费用管理规定模板	(236)
第八节 大客户管理工作模板	(238)
一、大客户服务管理制度模板	(238)
二、大客户信息收集办法模板	(239)
三、大客户资料管理制度模板	(240)
四、大客户信用管理制度模板	(241)
五、大客户回访制度模板	(243)
第九节 客户信息调查工作模板	(244)
一、客户信息调查管理办法模板	(244)
二、客户信息调查规程模板	(245)
第十节 客户服务承诺管理工作模板	(247)
一、服务承诺管理制度模板	(247)
二、服务承诺书模板	(249)
第十一节 客户资料管理工具模板	(250)
一、客户信息立档制度模板	(250)
二、客户信息资料管理制度模板	(251)
三、客户信息使用制度模板	(252)
四、客户情报管理制度模板	(252)
第三章 客户管理工具表单	(254)
第一节 客户服务部经理管理工具表单	(254)
一、客户服务经理领导能力评估表	(254)
二、客户服务经理业绩考核表	(254)
第二节 客服人员管理工具表单	(255)
一、客服人员出勤表	(255)
二、客服人员考勤登记卡	(255)
三、客服人员请假单	(255)

四、客服人员纪律处分通知单	(256)
五、客服人员奖惩登记表	(256)
第三节 客服人员培训考核工具表单	(257)
一、客服人员培训需求调查表	(257)
二、客服人员培训申请表	(258)
三、客服人员培训费用申请表	(258)
四、客服人员培训审批表	(258)
五、客服人员培训记录表	(259)
六、客服人员考核调查表	(259)
七、服务人员业绩考核评分表	(260)
八、服务人员工作能力调查表	(260)
九、客服人员自评表	(261)
十、客服人员工作态度考评表	(261)
十一、人员调动、晋升申请表	(262)
第四节 维护客户关系管理工具表单	(263)
一、客户关系强化表	(263)
二、客户总体分类表	(263)
三、客户分布一览表	(264)
四、客户关系评估表	(264)
五、客户等级分类表	(264)
六、客户提案表	(265)
七、客户提案记录表	(265)
八、客户提案审查通知书	(265)
九、客户提案评定表	(266)
十、合理化提案采用通知书	(266)
十一、客户提案实施命令表	(266)
十二、客户提案成果报告表	(267)
十三、客户提案改善成果评分表	(267)
第五节 客户日常交往管理工具表单	(268)
一、客户联络预定表	(268)
二、客户联络计划表	(268)
三、客户联络结果报告表	(268)
四、客户访问记录表	(268)
五、客户访问日报表	(269)
六、客户接待表	(269)

七、客户款待申请表	(270)
八、客户款待报告表	(270)
九、会议室使用申请表	(270)
十、接待会议记录表	(270)
十一、礼品馈赠计划申请表	(271)
第六节 大客户管理工具表单	(271)
一、大客户管理表格	(271)
二、大客户申请表	(271)
三、大客户设定表	(271)
四、大客户对策一览表	(272)
五、大客户管理卡	(272)
六、大客户资料表	(273)
七、大客户满意程度调查表	(274)
八、大客户交往表	(274)
第七节 客户信息调查工具表单	(275)
一、客户调查计划表	(275)
二、客户调查记录表	(275)
三、客户基本信息调查表	(275)
四、客户类型调查表	(276)
五、客户需求调查表	(276)
六、客户构成调查表	(276)
七、客户焦点调查表	(277)
八、客户满意度调查表	(277)
第八节 服务质量管理工具表单	(278)
一、服务质量管理表	(278)
二、服务质量管理标准表	(278)
三、服务质量责任表	(278)
四、服务工作记录表	(279)
第九节 服务质量检查、审核、评估工具表单	(279)
一、服务质量调查表	(279)
二、服务质量检查表	(280)
三、服务质量审核表	(280)
四、服务质量评估表	(281)
五、服务质量报告表	(281)
第十节 售后服务管理工具表单	(282)

一、售后服务登记表	(282)
二、售后服务联系表	(282)
三、售后服务报告表	(282)
四、产品维修报告单	(283)
五、售后跟踪服务表	(283)
六、售后服务网点分布表	(283)
七、售后服务调查表	(284)
八、售后服务信息反馈表	(284)
第十一节 客户投诉管理工具表单	(284)
一、客户投诉管理表	(284)
二、客户投诉调查表	(286)
三、客户投诉登记表	(286)
四、客户投诉处理表	(287)
五、客户投诉处理通知书	(287)
六、客户投诉处理日报表	(288)
七、客户投诉处理报告书	(288)
八、客户投诉处理总结表	(289)
九、客户投诉案件统计表	(289)
十、退(换)货情况汇总表	(289)
十一、客户索赔一览表	(290)
十二、客户纠纷问题防范表	(290)



上篇 客户管理实战



