

PUBLIC Entrepreneurship
As The Boss

大众创业当老板

新公司的客户管理

New company's customer management

朱菲菲 ◎ 编著



专题精讲，客户管理必读知识全囊括

12个专题对客户管理的理论知识和应用技巧进行细致讲解，帮助创业者更好更准确地实施客户管理工作

全程图解，精华内容直观展示学得快

穿插海量图片、表格、图示，全程图解枯燥的理论知识，帮助读者快速掌握新公司选择客户、开发客户、维护客户、抓住大客户

案例分析，用事实依据助读者轻松学习

采用正面和反面创业案例进行分析，让读者在轻松的环境下学习本书，借鉴和吸取前辈的经验及教训

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

PUBLIC Entrepreneurship
As The Boss

大众创业当老板

新公司的客户管理

New company's customer management

朱菲菲 © 编著



中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

内 容 简 介

本书是“大众创业当老板”系列中的《新公司的客户管理》采用理论知识与实际案例相结合的方式,对客户管理中出现的问题进行了探讨,对很多方法性的问题进行了深入的分析与讲解。

全书共 11 章,主要内容有:客户管理的理论知识、选择客户的依据、开发新客户的方法、建立和维护客户关系、保存客户信息、提高客户满意度和忠诚度的措施,最后讲解了客户流失的应对方法。通过本书的学习,可以帮助创业者更快地进入经营状态,并对公司的经营管理有了更深入的了解。

本书适用于新公司的创业人员、企业管理人员、客户服务管理人员、市场营销人员以及企业培训师全面了解和学习公司的客户管理知识。此外,本书也可以作为高等学校工商管理、经济管理等相关专业的客户管理培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

大众创业当老板 : 新公司的客户管理 / 朱菲菲

编著. —北京:中国铁道出版社, 2016. 10

ISBN 978-7-113-21853-9

I. ①大… II. ①朱… III. ①企业管理—供销管理
IV. ①F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 119096 号

书 名: 大众创业当老板: 新公司的客户管理
作 者: 朱菲菲 编著

责任编辑: 张亚慧

读者热线电话: 010-63560056

责任印制: 赵星辰

封面设计: **MX** DESIGN
STUDIO

出版发行: 中国铁道出版社(北京市西城区右安门西街 8 号 邮政编码: 100054)

印 刷: 三河市宏盛印务有限公司

版 次: 2016 年 10 月第 1 版 2016 年 10 月第 1 次印刷

开 本: 700mm×1000mm 1/16 印张: 16 字数: 213 千

书 号: ISBN 978-7-113-21853-9

定 价: 45.00 元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版图书,如有印制质量问题,请与本社读者服务部联系调换。电话: (010) 51873174

打击盗版举报电话: (010) 51873659

前言

FOREWORD

大众创业当老板

在经济发展的长流中，伴随着公司的此消彼长。经营不善导致公司在一夜之间消失，或者利用高效的营销手段让公司一夜成名，这样的事情比比皆是。创业，成为当今社会的一个热门话题，也是解决人类生存的重要手段。

但是又有多少人能够不费吹灰之力就可以把公司经营好呢？来自经济市场的风险，让创业者的创业之路举步维艰。因此，创业者为了能够更好地经营公司和生意，在不断地试错和探索过程中总结了很多经验与方法。

客户是公司的衣食父母，业绩是公司发展的动力来源。因为有了客户的存在，才有公司存在的价值，才有公司发展的理由。如果没有与客户搞好关系，那么公司何以生存，何以立足？

人们常说，人情世故是踏入社会所必须要学习的东西。为人处事的态度和方法直接影响我们与周围人或者集体的关系。对于公司而言，客户关系如果处理不好，不仅不能给公司带来价值，反而影响公司的经营管理。

为了帮助新公司管理者或者负责人更好地经营客户关系，我们编写了本书，该书立足于新公司，方便实用且贴近实际，力求使用最短的时间教会新公司创办人对客户关系进行有效管理。

本书共 11 章，大致可以划分为 3 个部分：

第一部分

第 1 ~ 4 章

第一部分主要介绍了公司客户管理的理论知识、客户关系管理方面的概念和开辟新客户的方法，以及为客户关系管理做的一些前期准备工作。

第二部分

第 5 ~ 10 章

第二部分不仅介绍了建立和维护客户关系的方法，还涉及客户信息资料的保存工作。其中还包括公司在销售产品的过程中的一些技巧、方法和策略，以及抓住大客户、提高客户满意度和忠诚度等内容。

第三部分

第 11 章

第 11 章主要讲述公司与客户关系破裂的应对措施和方法，提醒公司及相关人员正视公司客户的流失现象，并针对客户流失介绍了相应的处理办法。

本书的优势在于全面细致地讲解了客户管理的理论知识和应用技巧，从公司与客户交流的过程及步骤来介绍客户管理的手段和方法，让新公司前期经营稳扎稳打，让没有经验的创业者对创业更有信心，让有创业经验的人更深入了解公司的客户管理。

本书中配有大量的图示，让读者不会感到枯燥乏味。书中还运用了很多实际案例来对具体的措施进行示范，目的是为读者营造一个轻松的阅读氛围，并达到一种通俗易懂的效果，让读者能更好更准确地实施客户管理工作。

本书特别适用于新公司创业者、企业管理人员、客户服务管理人员、市场营销人员以及企业培训师全面了解和学习的客户管理知识。此外，本书也可以作为高等学校工商管理、经济管理等相关专业的客户管理培训教材。

最后，希望所有的读者都能够从本书中学到有用的知识，帮助读者在实际的操作中获得效益，愿读者可以从中受益。

编 者

2016 年 7 月

目 录

C O N T E N T S

大众创业当老板

第 1 章 开公司必知的客户管理内容

“管理”一词在当今社会被人提及的概率极高，不管是个体工商还是企业或公司，都避免不了面对管理问题。新公司要想长远发展，更应该注重管理。而公司运营的动力来自于销售，为了做好销售我们首先要学习客户管理知识。

01 客户管理的入门基础 /2

明确顾客和客户的区别 /2

全面了解什么是客户管理 /3

客户管理是如何产生的 /7

02 客户管理必知的营销与理论 /9

关系营销 /9

情感营销 /10

一对一营销 /12

精准营销 /13

客户生命周期 /14

客户感知价值 /16

03 新公司如何确定客户对象 /17

客户对象的分类依据 /17

什么样的客户类型适合新公司 /18

制定客户管理制度 /19

第2章 新公司选择客户的依据是什么

新公司成立之后，为了能够正常运行并且推广公司自身产品和服务，就要开始选择目标客户，将产品和服务销售给客户，以期获得收益来支持公司的运作，从而推动公司的发展。那么我们要如何选择客户才有利于公司呢？其选择依据是什么呢？

01 你知道为什么要选择客户吗 /24

选好客户，业务才能更好进行 /24

消费者不一定是企业的客户 /25

客户不一定给企业带来收益 /27

不选客户可能造成企业定位模糊 /28

选对客户是实现客户忠诚的前提 /29

02 客户选择的要点有哪些 /30

客户类型要符合企业定位 /30

如何选择好客户 /31

新公司主要选择哪些客户呢 /33

第3章 新公司怎么开发新客户

有了目标客户，就要考虑如何将这些目标客户变为公司的新客户。对于新公司而言，在开发客户的过程中会遇到什么问题，以及如何开发新客户。通过本章的学习，你将找到答案。

01 开发新客户常见的问题 /40

不正确的态度 /40

太主动让客户感到恐惧 /42

细节决定客户开发的成败 /43

02 开发新客户的常见方法和技巧 /45

连锁销售——借助连锁经营模式开发新客户 /45

电话销售——借助电话沟通开发新客户 /49

网络营销——借助互联网平台开发新客户 /52

新公司开发新客户的技巧 /54

第4章 客户分级，侧重管理

在这个经济高速发展的社会，形形色色的人和团体活跃在大家的周围，做生意的、开公司的、搞艺术的以及公务员等。可能我们谈及得最多的就是跑业务。很多公司的运营离不开销售，销售离不开客户，客户管理离不开客户分级处理。

01 为什么要进行客户分级 /58

不同客户的价值不同 /58

不同客户分配不同资源 /60

让客户沟通更有效 /62

02 客户类型的其他划分方法 /63

购买力不同的客户 /63

购买偏好不同的客户 /66

身份不同的客户 /67

03 为客户提供差异化服务 /70

周到的服务吸引客户 /70

大力搜寻潜力股客户 /71

互利共赢招揽大客户 /72

不抛弃小客户 /74

04 差异化服务背后的隐患 /76

差异化服务造成客户歧视 /76

影响客户对公司的满意度和忠诚度 /77

如何解决侧重管理带来的问题 /78

第5章 新公司如何建立和维护客户关系

新公司成立后要着手开发客户进行业务商谈，那么如何与客户建立关系呢？又如何能维护与客户之间的关系呢？古话说的
好：“打江山容易，守江山难”，公司的发展亦是如此，建立客
户关系往往比维护客户关系要简单，但建立关系也同样重要。

01 客户关系必知的理论知识 /82

什么是客户关系 /82

客户关系管理流程是什么 /84

02 了解客户关系管理的思路 /86

营销思想和信息技术并驾齐驱 /86

要有选择性地建立客户关系 /88

怎么积极维护客户关系 /89

- 03 新公司的客户关系管理技术 /90
 - 客户关系管理系统 /90
 - 数据管理技术 /95
- 04 你知道客户关系管理的小细节吗 /97
 - 客户接待工作是常事 /97
 - 客户拜访是职责 /99
- 05 客户关系维护如同守业 /101
 - 定期回访客户 /101
 - 随时与客户保持联系 /102
 - 客户是上帝也是朋友 /103

第6章 新公司的客户信息怎么保存

客户信息至关重要，尤其对正在发展的新公司而言。如果客户信息丢失，意味着之前收集客户信息的工作都是徒劳无功，更糟糕的是又要重新花费时间寻找客户并收集信息。这样就增加了公司的运营成本，因此学习客户信息的建档保存是必要的。

- 01 客户信息你了解吗 /106
 - 客户信息的基本概述 /106
 - 客户信息包括哪些内容 /108
- 02 新公司做好客户信息采集 /112
 - 客户信息的采集过程有哪些 /113
 - 客户信息的收集重点是什么 /114
 - 新公司怎么收集客户信息 /115
- 03 新公司如何整理和管理客户信息 /117
 - 掌握客户信息整理的方法 /117

怎么高效的保管客户信息 /120

新公司客户信息如何备份 /123

第7章 销售行为中的客户管理

销售过程中与客户的接触是避免不了的，如何进行有效的开场白吸引客户，掌握什么样的谈判技巧可以促成交易，如何处理客户的异议让客户没有疑虑地选择公司，以及如何做才能达到高效成交的效果，这些都涉及销售行为中的客户管理工作。

01 如何与客户接触 /128

你知道与客户交流的开场白吗 /128

向客户提问的技巧 /130

与客户接触要注意的问题 /130

遇到客户的拒绝怎么办 /131

02 如何与客户谈判 /135

做好销售谈判准备 /135

大客户的谈判技巧 /137

小客户的谈判技巧 /138

VIP 客户的谈判技巧 /139

难缠客户的谈判策略 /140

满足客户需求要坚持原则 /141

客户有异议时怎么办 /143

03 新公司怎么进行高效率的成交 /148

销售人员要先对产品了如指掌 /148

坚定的自我暗示 /148

真诚的销售态度 /149

- 切忌理亏心怯 /150
- 投其所好，让客户满意 /151
- 不要墨守成规一成不变 /152

第8章 抓住大客户，提升公司业绩

几乎所有的公司都喜欢大客户，因为大客户给公司带来的收益一般比较大。作为公司的创始人或者投资人当然希望公司的业绩一天比一天好。本章主要介绍抓住大客户的步骤和需要注意的问题，其中包括服务和挽回大客户流失等问题。

01 五步教你寻找大客户 /154

- 第一步：进行客户调查 /154
- 第二步：确定大客户的选择标准 /155
- 第三步：大客户的信用调查 /156
- 第四步：登记大客户信息并评定登记 /161
- 第五步：归类整理找到的大客户资料 /163

02 怎样服务好大客户 /163

- 分析客户需求，增加客户价值 /163
- 规范运作模式 /165
- 技术创新，提高效率 /166
- 精诚合作，建立可持续发展关系 /167
- 定期回访大客户并调查满意度 /168

第9章 解决问题，提高客户满意度

在客户管理中，解决公司与客户之间的问题，其主要工作

集中在售后服务环节。这一环节是公司提高客户满意度的重要工作，帮助客户解决问题，赢得客户的好感，是提高客户满意度的有效方法。新公司要打出名气则更要做好售后服务工作。

01 首先要建立售后服务系统 /172

建立售后服务需要做什么 /172

了解售后服务的流程 /173

02 做好售后服务的前期准备 /175

明确售后服务的范围 /175

怎么选择售后服务人员 /176

不能忽视售后服务团队的培训 /177

03 售后服务的工作内容 /178

设立售后服务热线 /179

服务周到，解决配送问题 /180

上门安装，方便快捷 /182

售后保障，不再担心维修问题 /184

售后客户跟踪记录 /185

退换货处理解决后顾之忧 /187

售后服务质量考核 /189

如何开展客户满意度调查 /190

如何设置售后服务网点 /192

了解新公司售后服务管理工具表单 /193

04 面对投诉要积极解决 /197

制定客户投诉处理制度 /197

客户投诉处理工作流程 /198

客户投诉级别评定 /199

专人处理客户投诉 /200

客户索赔处理 /201

第 10 章 培养忠诚客户对新公司很重要

忠诚，就是诚心诚意、尽心尽力，没有二心。明星们因为有了忠实粉丝，才能在娱乐圈站稳脚跟。新公司要想在经济市场中占有一席之地，也需要拥有自己的忠诚客户和员工，与公司建立长期稳定的合作关系。

01 怎样衡量客户的忠诚度 /204

02 是什么影响了客户的忠诚度 /206

客户购买产品的渠道 /206

产品本身的价值 /207

客户的满意程度 /207

客户的信任和情感 /209

客户的转换成本 /211

员工对企业的忠诚度 /212

企业对客户的忠诚度 /213

03 新公司如何培养忠诚客户 /213

奖励客户的忠诚 /213

增强客户对公司的情感 /216

增加客户的转换成本 /217

加强业务联系，提高不可替代性 /218

加强员工忠诚度的管理 /218

换位思考，用态度换取忠诚 /220

第 11 章 教你如何应对客户流失

不管是新公司还是老公司，或者是小公司与大公司，都存在着客户流失的风险。客户一旦流失，对企业的影响不仅是降低了业绩，更是失去了可贵的客户资源。公司想要稳定地发展，就要学会如何应对客户的流失。

01 你有客户流失的心理准备吗 /224

什么原因会造成客户流失呢 /224

客户流失给企业带来较大的负面影响 /226

为何挽回客户的流失 /227

02 新公司如何面对客户流失 /228

新公司面对客户流失的正确态度 /228

区别对待不同的流失客户 /230

03 新公司如何防止客户流失 /233

多交流，注重与客户的联系 /233

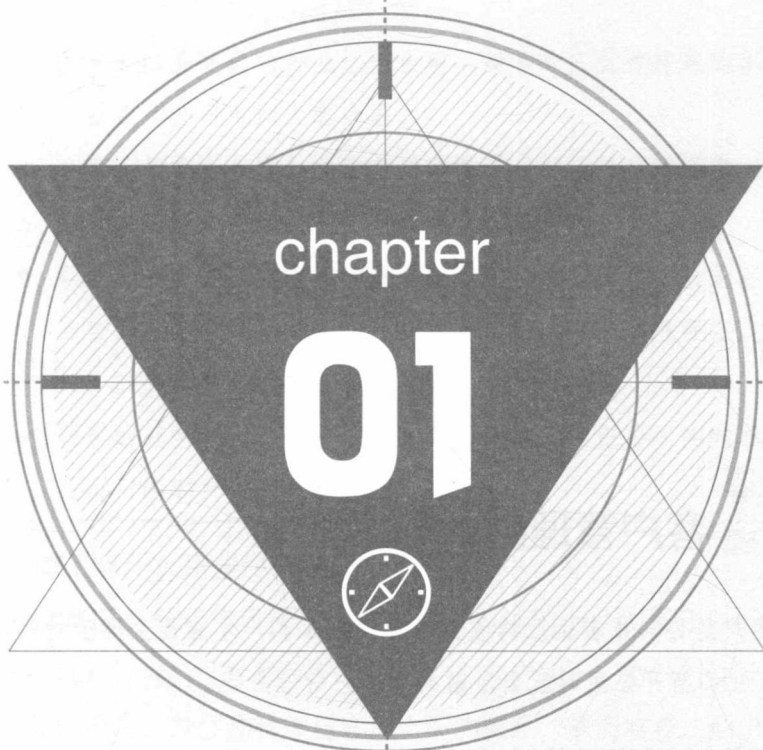
合约约定业务往来期限及违约责任 /235

观察客户在本公司的业务动向 /236

04 挽回流失客户的办法 /238

明确挽回流失客户的重要性 /238

针对问题挽回流失客户的策略 /239



开公司必知的客户管理内容

先了解客户管理的基础知识

“管理”一词在当今社会被人提及的概率极高，不管是个体工商还是企业或公司，都避免不了面对管理问题。新公司要想长远发展，更应该注重管理。而公司运营的动力来自于销售，为了做好销售我们首先要学习客户管理知识。



客户管理的入门基础

客户是公司或者企业的收益来源，有了客户才有资金用于持续运营。因此，我们新开公司时就要了解关于客户管理知识。

明确顾客和客户的区别

当下很多人都分不清顾客和客户的区别，经常将两者混淆。那么什么是顾客？什么是客户呢？两者之间又有什么相同点和区别呢？

客户是指通过购买你的产品或者服务满足其某种需求的群体，也就是指跟个人或企业有直接的经济关系的个人或企业。

顾客可以指用金钱或某种有价值的物品来换取接受财产、服务或某种创意的自然人或公司，是高级服务或产品的采购者，最终成为消费者、代理人或者供应链内的中间人。

那么客户和顾客的区别究竟有哪些呢？具体区别如下。

-
- ◆ 顾客是可以没有名字的；但客户一定要有名字。
 - ◆ 顾客是作为某个群体的一部分而获得服务的；客户一般以个人为基础，大一点的客户就是以公司等集体为单位。
 - ◆ 公司的任何人都可以为顾客服务，常见的是零售、餐饮和批发等