

下

The Supreme Enterprise preme Tool

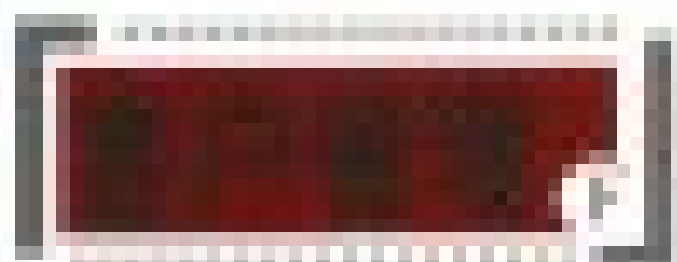


至勝企業 至勝工具

THE SUPREME TOOL

THE SUPREME TOOL

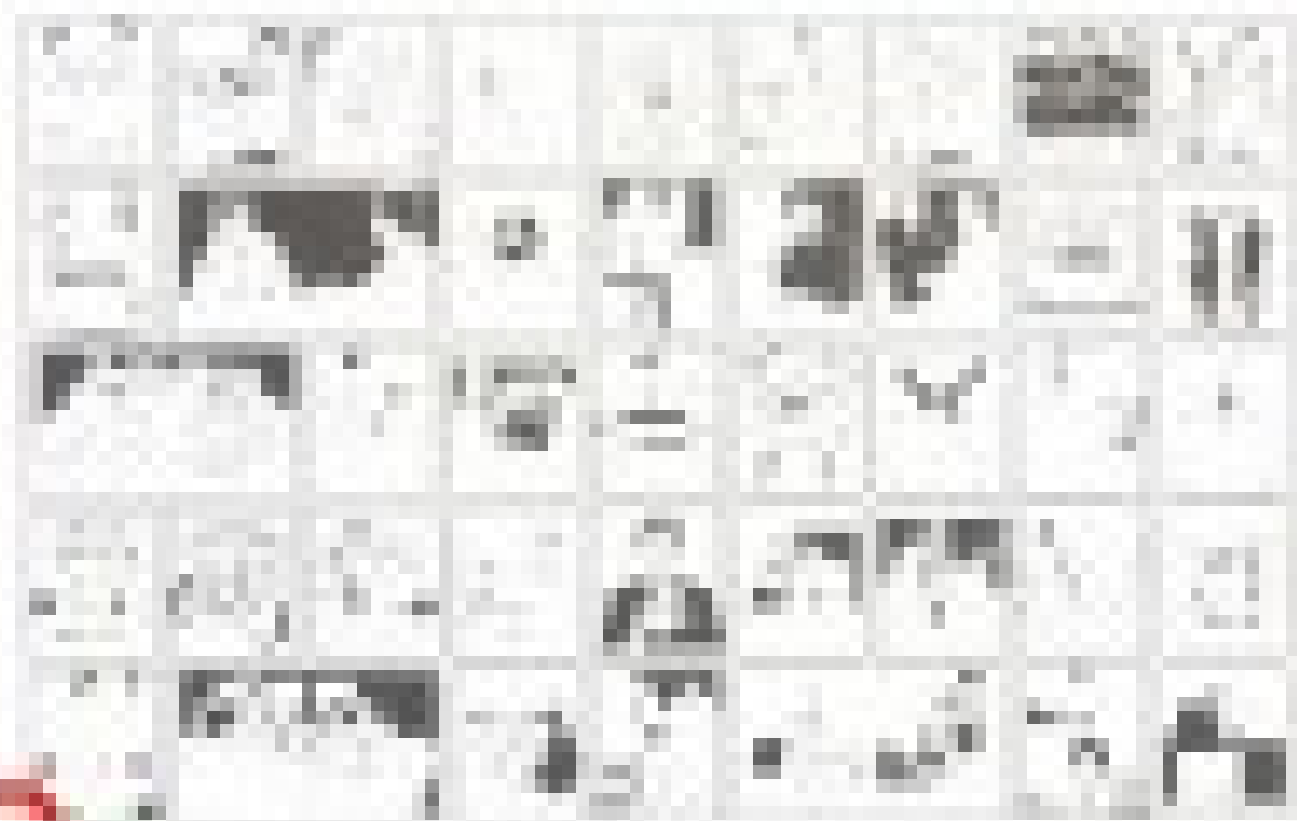
THE SUPREME TOOL



The Supreme Enterprise

Because of
this

Supreme Tool



THE SUPREME TOOL

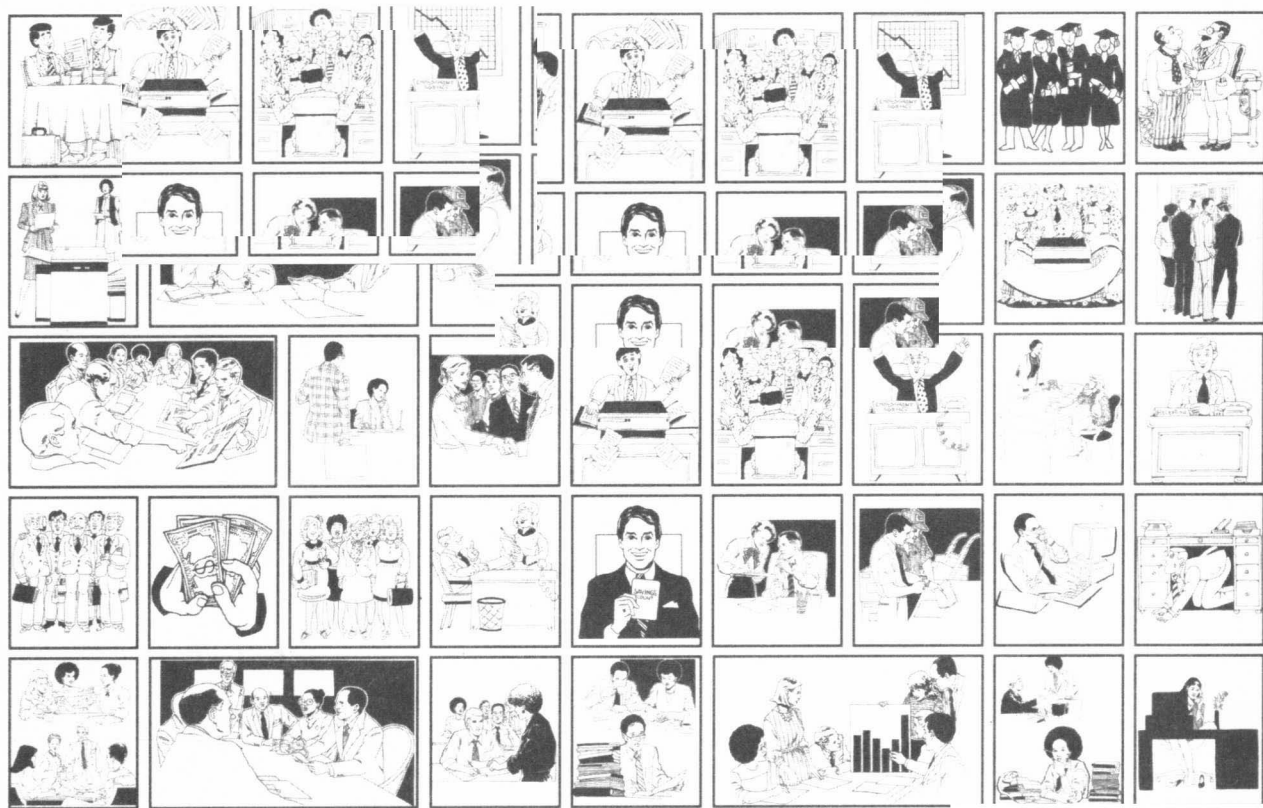
至尊企业 至尊工具

杨婕/编著

客户管理

下

The Supreme Enterprise Because of The Supreme Tool



中国言实出版社

要 点	客户参观管理办法			页 码	共 1 页第 1 页	
				受控状态		
				编 号		
执行部门		监督部门		考证部门		
内 容	第一条 为规范管理客户的到访和参观,维护好与客户的良好关系,特制定本制度。 第二条 欲参观公司的客户必须事先与市场总务部主管联系,填写“参观公司申请书”,并正式提出申请,然后由相关部门负责人审批。 第三条 相关部门对“参观公司申请书”进行审核,批准后转交市场总务部。 第四条 由市场总务部填写参观内容、范围与路线,然后交副总裁审批。 第五条 符合下列条件之一的客户,才有资格进行公司参观: 1. 持有公司印制的“公司参观许可证”的客户,可进入公司进行参观。 2. 事先用电话或其他方式与本公司联系,并经市场总务部批准者,有资格进入公司参观。 3. 事先与本公司总部或其他事业部门联系过,并征得有关部门许可的客户; 4. 公司的重要客户或经常发生业务往来的客户; 5. 其他希望参观并取得总经理批准的客户。 第六条 申请者必须向公司市场总务部出示“公司参观许可证”以及“参观公司申请书”,领取“参观者胸卡”。市场总务部在参观公司申请书上填写“许可编号”,转交门卫。 第七条 关于参观拍照: 1. 一般情况下,禁止外来参观者在作业现场拍照。 2. 市场总务部主管可以在获得该生产主管同意的前提下,指定专人对该设备所需要部分进行拍照,并以公文形式把照片寄给参观者主管。 3. 公司的重点客户如果对所参观某机械设备感兴趣,认为有助于其产品推广与市场开拓,希望拍摄照片,必须向市场总务部主管请示。 4. 为了防止所拍摄照片被过量复制,应由所在生产厂保管底片。 5. 本公司设备的照片,不得擅自公开刊登,如果有必要刊登,必须事先请示公司工程部。					
	编制日期		审核日期		批准日期	
	修改标记		处 数		修改日期	



要 点	客户参观接待办法		页 码	共 1 页第 1 页	
			受控状态		
			编 号		
执行部门		监督部门		考证部门	
内 容	第一条 目的。 为促进本公司公共关系,扩大宣传效果,兼顾公司机密,特制定本办法。				
	第二条 参观种类。 1. 临时参观:因业务需要临时决定来公司参观。 2. 定时参观:先以电话或公文预先约定参观时间与范围。定时参观又分为以下三种: (1)普通参观:一般客户或有关业务人员来公司参观。 (2)团体参观:机关学校或社会团体约定来公司参观。 (3)贵宾参观:政府官员、社会名流以及国内外各大企业负责人经公司允准前来参观。				
	第三条 接待方式。 1. 临时参观:以茶点招待,由管理部或有关部门派人陪同。 2. 普通参观:同临时参观相同接待。 3. 团体参观:凡参观人员能在会客室容纳者,均以茶点招待,否则一律免于招待,至于陪同人员由管理部门协调有关部门决定。 4. 贵宾参观:按公司通知以糕点、咖啡、冷饮或其他方式招待,并由公司高级人员陪同。				
	第四条 参观规则。 1. 临时参观:由各部门经理核定,并于参观前一小时以电话通知公司管理部办理接待。如参观涉及两个部门以上者,应同管理部协调办理。 2. 普通参观:由各部门经理核准,并于参观前一日将参观通知单填送公司,以利于接待。但参观涉及两个部门以上者,应视同团体参观办理。 3. 贵宾参观及团体参观:由公司核准并于参观前三日将参观通知单填送各公司管理部门,作为办理接待的凭证,意外时应先以电话通知,后补通知单。 4. 未经核准的参观人员,一律拒绝参观,擅自率领参观的人员参观者,按泄露商业机密论。 5. 参观人员除特准者外,一律谢绝拍照,并由陪同参观的人员委婉说明。				
	第五条 本办法如有未尽事宜可以随时研究修正。				
	第六条 本办法呈报公司核准后公布施行。				
编制日期		审核日期		批准日期	
修改标记		处 数		修改日期	



要点	客户接待费用管理规定			页 码	共 2 页第 1 页
				受控状态	
				编 号	
执行部门		监督部门		考证部门	
内 容	第一条 本公司有关客户的接待费的开支一律按本规定执行。 第二条 本规定所指接待费,包括以下所列各项费用开支项目: 1. 会议费; 2. 招待费; 3. 研讨费; 4. 交际费; 5. 捐赠; 6. 典礼费。 第三条 有关接待费的申请、批准、记账、结算等,一律按本规定的手续办理。凡不按本规定办理者,任何对外接待与交际的开支费用,本公司一概不负责。 第四条 无论董事、总经理,还是业务人员,一律按本规定执行,不得擅自或任意动用客户接待费用开支。 第五条 本规定允许业务接待人员委托代理人办理必要的手续。 第六条 使用接待费注意事项。 1. 接待费用开支,必须本着最大成果、最小支出的原则,充分考虑和认清每一次接待的目的和接待的方法,合理接待,有效使用经费开支。 2. 必须注意接待费支出项目与接待用途及目的一致。公司的营业、采购、融资以及其他经营,有其客观的目的性,任何接待上的开支不得背离经营上的目的与要求。 3. 各级责任者或主管领导,必须充分审核每一次接待任务与接待方式,给予接待任务的执行者以适当的指示。 第七条 接待次数原则上每人每月不得超过×次,但是,××元以下的开支次数不在其列。同样内容与对象的接待应尽量避免,不要重复接待。 第八条 开支预算需按过去的平均实绩确定,每个部门分别进行预算,并在预算范围内开支。 第九条 对重要的关系户要设立接待卡,详细记载其兴趣、爱好与特点等。有关接待卡的填写与保管,另行规定。 第十条 接待前,要求在“接待申请及报告书”上写明接待目的。接待的目的可分为如下几类: 1. 招待新交易伙伴关系户;				
	编制日期		审核日期		批准日期
	修改标记		处 数		修改日期



要 点	客户接待费用管理规定			页 码	共 2 页第 2 页	
				受控状态		
				编 号		
执行部门		监督部门		考证部门		
内 容	2. 庆祝合作关系的建立; 3. 销售收入提高后的致谢; 4. 来访时的招待; 5. 出访时的请客; 6. 接纳各种建议后的致谢; 7. 重要的节日或庆典; 8. 达到各种目的后的致谢。 第十一条 接待按对象、场合和目的,分为以下三档: 1. 甲级(特别重要和重大的接待); 2. 乙级(比较重要和重大的接待); 3. 丙级(一般的接待)。 第十二条 接待场所根据接待档次确定,分为“高”“中”“低”三类场所。 1. 高档(适合于甲级接待规格)。主要指高级的饭店、美食中心。 2. 中档(适合于乙级接待规格)。主要指略低于“高”档水平的中高档餐馆。 3. 低档(适合于丙级接待规格)。主要指中低档大众用餐场所。 第十三条 接待当事人根据具体情况,判断是否需要接待或招待,并填写公司规定的“接待申请及报告书”,向主管领导正式提出申请,主管允许后加盖印章,送交总务部主管。 第十四条 市场总务部主管根据申请表内容进行审核,批准后加盖印章。总务部主管理的审批权限为一次××元,超过审批权限,必须上报总经理批准。 第十五条 接待费由总务部直接支付给申请人或申请部门。总务部依据申请内容以及相应的接待档次与场所,支付一定的费用。申请部门或申请人应在规定的时间内,将收据和发票凭证,连同申请书一起送回总务部进行结算。 第十六条 在接待工作结束后半月内,必须到总务部门结算,如果没有收据或开支凭证,一切费用由申请人或申请部门承担。					
	编制日期		审核日期		批准日期	
	修改标记		处 数		修改日期	

要 点	客户招待用餐管理规定			页 码	共 1 页第 1 页	
				受控状态		
				编 号		
执行部门		监督部门		考证部门		
内 容	第一条 宴请用餐开支标准。 1. 宴请一般客户标准： (1) 总公司领导出面举办宴请每人每餐 120 元； (2) 部门和子公司领导出面举办的宴请每人每餐 100~110 元； (3) 处级领导出面举办的宴请每人每餐 60~70 元； (4) 所用饮料、酒、水果等费用及陪餐人数可参照宴请重要客户时的标准灵活掌握。 2. 宴请公司重要客户标准： (1) 总公司领导出面举办宴请可到“××餐厅”进行，按每人每餐 180~200 元以下控制； (2) 部门或子公司领导出面举办宴请。每人每餐一般控制在 120 元以内； (3) 处级领导出面举办的宴请每人每餐控制在 100 元之内； (4) 酒会、茶会、冷餐，每人每次分别为 60 元、70 元、80 元； (5) 组织外宾到郊区参观、游览，需要在外用餐，每人每餐 80 元； (6) 宴请、便宴、饮料、冷餐所用酒、水果等费用，不得超过全部费用的 1/3； (7) 陪餐人数，根据有关规定和工作需要严格控制。 第二条 宴请用餐程序。 1. 在员工食堂招待一般客户用餐时，经接待部门的经理批准后，直接在该部门秘书处领取餐券用餐； 2. 各部门在公司安排招待用餐须报总经理批准，并提前将报告送交订餐部。报告要列明招待单位、标准、时间、人数及餐厅名称； 3. 如遇特殊情况，可口头请示，同意后先用餐，再补办手续。 第三条 宴请用餐后的核算。 1. 员工食堂月底将招待用餐数核准无误后，交财务部拨款； 2. 所有招待用餐和饮料，接待部门须及时注明并签字，报财务部门报销； 3. 对不符合手续、不按规定宴请客户的，财务部可以拒绝给予报销。					
	编制日期		审核日期		批准日期	
	修改标记		处 数		修改日期	



第三节 客户关系管理表格

客户分析表格

类别	比例					
性别	男性比例			女性比例		
年龄	18 岁以下所占比例			18 岁到 55 岁		55 岁以上
地域	乡村	城市	东	西	南	北
消费额	高额比例		中额比例		低额比例	
需求类型	生产资料需求			生活资料需求		
工薪水平	800 元以下		800~2500 元		2500 元以上	
偏重的购物方式	摊点零售		厂家批发		市场批发	

重点客户管理表格

年 月 日

	销售额前 10 名		销售额增长率前 10 名		销售额利润率前 10 名	
	客户名称	销售额	客户名称	增长率	客户名称	利润率
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
重点管理客户		销售额目标	为何设定它为重点客户		实现目标的行动措施	
总经理建议： 						



客户期望调查表

客户名称：

与客户洽谈的目的		
客户的希望、要求 事项	应该采取的应对方式	已说服客户的什么人？尚未说服客户的什么人？
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
今后营销活动的重点：		

加强新客户关系对策表

对 策 新 客 户	推动的 影响力	和竞争同行业 间的关系	本公司 负责人	强化对策	时间表	检查对策
总经理						
副总经理						
进货主管						
财务主管						
其他人员						
备注						



重要客户对策表

客户名称	销售情况	问题所在	应对策略
备注			



问题客户检查表

[illegible]



危机客户对策表格

客户危机症状	自己所负责的客户 是否有这种症状	应对措施
对方提出变更支付条件的请示		
员工流动很大， 很多管理层相继离职		
财务部管理人员 辞职且理由不明确		
营业部门的目标达成率非常低，业绩连年下滑		
管理经营持续出现没有 总经理的情形，往来银行发生变更		
大幅度削减经费，其程度有 影响商业进行的可能		



款待客户申请表

客户名称		宴请场所		宴客日期		
宴请客户人员 及职务				费用预算 明细	餐饮费	元
本公司同席人 员					交通费	元
					礼品费	元
本次款待客户的目的：				宴客时注意事项：		
预期了解的情报信息：				上级主管建议：(上级填写)		