

涵盖客户服务中心管理的方法与原理
链接制度规范和表单文本等实用工具

客户 服务中心

管理制度 表单·文本

滕宝红 史立宣 编著

省出版集团

经济出版社

客户 服务中心 管理制度 表单·文本

滕宝红 史立宣 编著

广东省出版集团
广东经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

客户服务中心管理制度·表单·文本/滕宝红, 史立宣编
著. —广州: 广东经济出版社, 2004.5

ISBN 7-80677-734-2

I. 客… II. ①滕…②史… III. 企业管理: 销售管理
IV. F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 032256 号

出版 发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 5 楼)
经销	广东新华发行集团
印刷	广东惠阳印刷厂 (惠州市南坛西路 17 号)
开本	787 毫米×960 毫米 1/16
印张	25.75 2 插页
字数	595 000 字
版次	2004 年 5 月第 1 版
印次	2004 年 5 月第 1 次
印数	1~5 000 册
书号	ISBN 7-80677-734-2 / F·1058
定价	50.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市合群一马路 111 号省图批 107 号

电话: [020] 83780718 83790316 邮政编码: 510100

邮购地址: 广州市东湖西路邮局 29 号信箱 邮政编码: 510100

(广东经世图书发行中心)

本社网址: www.sun-book.com

·版权所有 翻印必究·

目 录 contents

第一章 客户服务理念解析

一、客户服务解读	3
二、客户服务运作流程	4
三、客户服务核心要点	7
四、客户服务管理精髓	9

第二章 客户信息收集

一、客户信息解读	15
二、客户信息收集工具	16
三、客户信息收集技巧	21
四、客户资料信息卡建立	23
五、客户信息库整理及利用	25
 制度链接	27
KHXX-ZD-001 客户需求信息处理办法	28
KHXX-ZD-002 客户信息库管理制度	31

KHXX-ZD-003	客户资料卡建立制度	35
KHXX-ZD-004	客户管理卡管理办法	39
KHXX-ZD-005	客户信息立档制度	41
KHXX-ZD-006	客户资料保密制度	44
KHXX-ZD-007	客户销户管理制度	48

表单链接 50

KHXX-BD-001	客户资料卡	51
KHXX-BD-002	客户调查表	52
KHXX-BD-003	客户统计表	53
KHXX-BD-004	客户分析表	54
KHXX-BD-005	客户地址分类表	55
KHXX-BD-006	客户增减分析表	56
KHXX-BD-007	客户资料管理表	57

文本链接 58

KHXX-WB-001	客户调查书(范例)	59
KHXX-WB-002	消费意向调查问卷(范例)	64
KHXX-WB-003	希望建立贸易关系函(范例)	67
KHXX-WB-004	答复客户建立贸易关系函(范例)	68

第三章 客户资信评估

一、客户资信评估工具	71
二、客户财务情况分析	73
三、客户信用评级	78
四、客户资信分级管理	79

制度链接 82

KHZX-ZD-001	客户贷款回收管理办法	83
KHZX-ZD-002	客户呆账催讨办法	87
KHZX-ZD-003	客户应收票据管理制度	90
KHZX-ZD-004	客户信用调查办法	92

KHZX-ZD-005	客户信用度评估程序	99
KHZX-ZD-006	公司应收款项管理制度	101
KHZX-ZD-007	公司逾期账款管理制度	104
KHZX-ZD-008	公司呆、坏账处理制度	107

表单链接112

KHZX-BD-001	客户信用度调查表	113
KHZX-BD-002	客户信用度分析表	114
KHZX-BD-003	客户信息报告书	115
KHZX-BD-004	客户销售收款状况分析	116
KHZX-BD-005	客户信用评估与建议表	117
KHZX-BD-006	客户信用限度核定表	118

文本链接119

KHZX-WB-001	客户财务状况预测文书(范例)	120
KHZX-WB-002	客户年度财务分析报告(范例)	124
KHZX-WB-003	客户财务评价报告(范例)	127

第四章 潜在客户开发

一、潜在客户解读	131
二、潜在客户识别	132
三、潜在客户开拓	133
四、潜在客户转化	138

制度链接143

KHKF-ZD-001	客户开发选择制度	144
KHKF-ZD-002	新客户开发管理实施细则	146
KHKF-ZD-003	客户开发业务规范	149
KHKF-ZD-004	客户开发奖励制度	163
KHKF-ZD-005	潜在客户资格鉴定制度	166

 表单链接 168

KHKF-BD-001	客户开发管理表	169
KHKF-BD-002	客户开发计划表	170
KHKF-BD-003	新客户潜力开发表	171
KHKF-BD-004	客户访问步骤表	172
KHKF-BD-005	新产品潜在客户跟踪表	173

 文本链接 174

KHKF-WB-001	推销产品函(范例)	175
KHKF-WB-002	交易磋商函(范例)	176
KHKF-WB-003	市场调查报告(范例)	178
KHKF-WB-004	调查市场问卷(范例)	184
KHKF-WB-005	问卷调查分析报告(范例)	191

第五章 客户关系维护

一、客户满意度解读 197

二、客户忠诚度提升 198

三、客户投诉处理 202

四、客户服务品牌建立 204

五、客户伙伴关系构建 205

 制度链接 207

KHGX-ZD-001	客户关系维护制度	208
KHGX-ZD-002	客户投诉管理制度	216
KHGX-ZD-003	客户意见调查制度	227
KHGX-ZD-004	客户服务实施办法	229
KHGX-ZD-005	客户满意度评价制度	233

 表单链接 238

KHGX-BD-001	强化客户关系计划表	239
KHGX-BD-002	客户提案表	240

KHGX-BD-003	客户投诉管理表	241
KHGX-BD-004	客户投诉记录表	243
KHGX-BD-005	客户投诉处理日报表	244

文本链接 245

KHGX-WB-001	保持客户关系标准方法	246
KHGX-WB-002	投诉处理函(范例)	248
KHGX-WB-003	客户投诉处理标准流程	249

第六章 核心客户管理

一、核心客户解读	253
二、核心客户管理目标	255
三、核心客户管理原则	256
四、核心客户管理操作	257

制度链接 259

KHGL-ZD-001	客户名簿处理制度	260
KHGL-ZD-002	客户管理标准化规定	262
KHGL-ZD-003	单个客户管理办法	263
KHGL-ZD-004	核心客户招待会实施制度	265

表单链接 267

KHGL-BD-001	主要客户营业分析表	268
KHGL-BD-002	核心客户交易对策表	269
KHGL-BD-003	客户销售记录表	270
KHGL-BD-004	客户销售预定及实绩进度表	271

文本链接 272

KHGL-WB-001	代理合同书(范例)	273
KHGL-WB-002	经销商合同(范例)	277
KHGL-WB-003	谈判纪要(范例)	282

第七章 售后服务提升

一、售后服务解读	287
二、售后服务实施形式	289
三、售后服务运作原则	290
四、售后服务管理精要	291



制度链接	294
------------	-----

SHFW-ZD-001 售后服务管理办法	295
SHFW-ZD-002 售后服务人员守则	300
SHFW-ZD-003 售后服务人员管理制度	303
SHFW-ZD-004 维修服务站管理制度	306
SHFW-ZD-005 上门安装服务制度	308



表单链接	310
------------	-----

SHFW-BD-001 售后服务报告表	311
SHFW-BD-002 产品管理日报表	312
SHFW-BD-003 客户促销计划表	313



文本链接	314
------------	-----

SHFW-WB-001 售后服务协议书(范例)	315
SHFW-WB-002 售后技术开发合同(范例)	321
SHFW-WB-003 售后技术培训合同(范例)	324

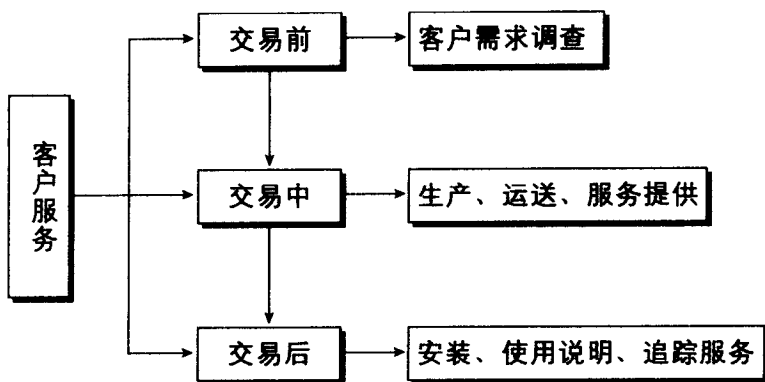
第八章 客服人员培训

一、塑造客服职业形象	329
二、提升客服人员素质	330
三、培养全员服务意识	332
四、提高客服质量	334
五、组建高效客服团队	335

	制度链接	338
RYPX-ZD-001	客服人员培训管理制度	339
RYPX-ZD-002	客服人员培训实施办法	341
RYPX-ZD-003	客服绩效考评制度	344
RYPX-ZD-004	客服人员升级考试制度	349
RYPX-ZD-005	客服维修人员技能培训制度	351
	表单链接	380
RYPX-BD-001	客服人员培训计划表	381
RYPX-BD-002	客服人员培训记录表	382
RYPX-BD-003	客服人员培训报告书	383
RYPX-BD-004	客服人员在职培训实施表	384
RYPX-BD-005	在职培训测验成绩表	385
	文本链接	386
RYPX-WB-001	客服人员培训标准方案	387
RYPX-WB-002	客服人员培训跟进方案	391
RYPX-WB-003	客服人员培训效果评价方案	392
RYPX-WB-004	客服人员劳动合同(范例)	395

第一章

客户服务理念解析



客户服务示意图

一、客户服务解读

在传统的制造业中，“客户服务”的原先范围相当狭窄，它是指商品的运送，准时的交货，货品的安装及使用说明，客户问题处理，如维修、退货、更换等等。

随着企业竞争的增强，追求客户的满意显得更重要，企业界也纷纷扩大客户服务的范围与功能。所以，现先依时序把客户服务分成以下三个阶段：

1. 交易前

客户需求调查，商品或服务设计与提供，配销系统或服务流程的规划与设置等等。

2. 交易中

订单的处理、商品的生产、商品的运送、服务的提供等等。

3. 交易后

商品的安装、使用说明、提供教育训练、客户的追踪服务、客户管理等等。

现代消费者需要不断地改变，需求也不断的增多。哪一家企业能够充分而确实地掌握消费者的需求，并提供给消费者，则就会有更强的竞争力。因此，客户服务一定要提前到交易前。要从客户需求的调查与分析做起。此外，由于消费者需要更多的资信，期望更快速而正确的订位(单)与服务，要求更多样化，所需的是高品质的商品与服务，更期待厂商能迅速地解决因商品或服务所带来的任何问题。

所以,不论是制造业或服务业,为了满足客户的需求、让客户满意,一定要做好“客户服务”。因此,“客户服务”的意义可以归纳如下:

“客户服务”是所有跟客户接触或相互作用的活动,其接触方式可能是面对面,或电话、通信或电传等方式,而其活动包括对客户介绍及说明商品或服务,提供相关的资信,接受客户的询问,接受订单或预订,运送商品给客户,商品的安装及使用说明,接受并处理客户抱怨及改进意见,商品的退货或修理,服务的补救,客户资料的建档及追踪服务,客户的满意度调查及分析等等。

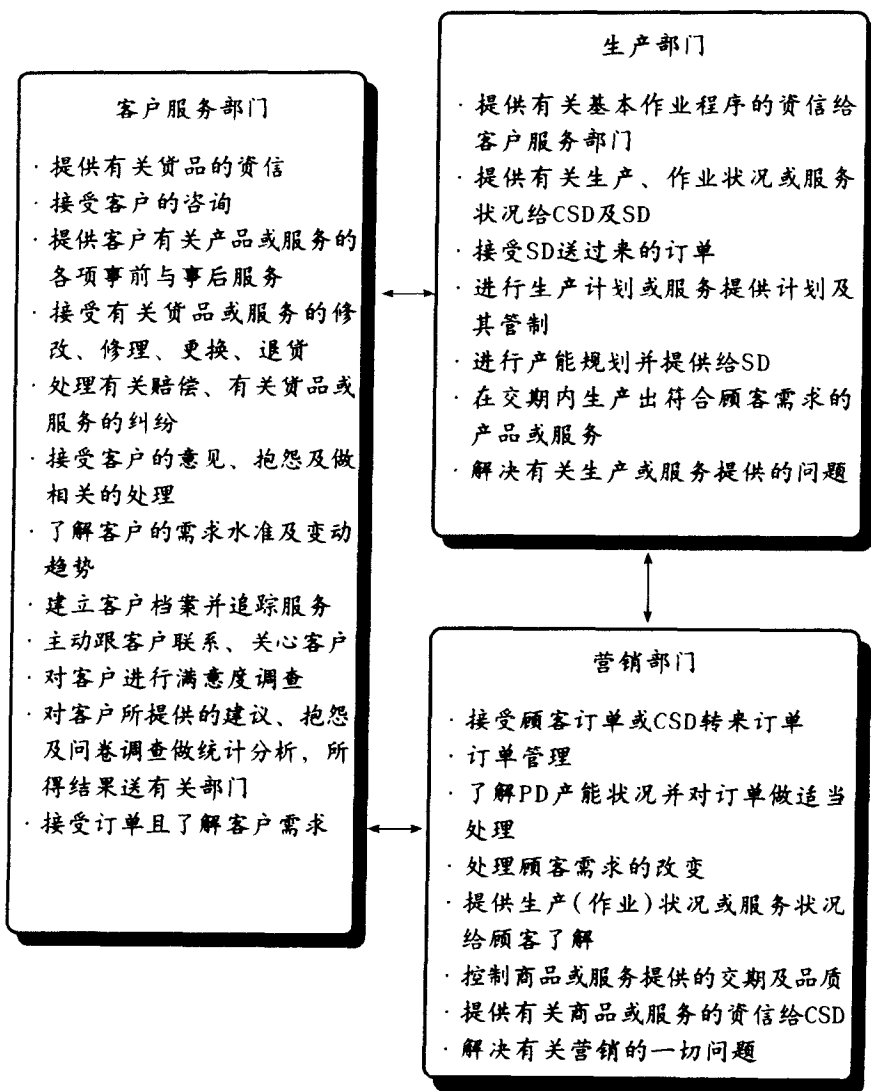
做好客户服务可以达到作业生产力的提升及客户的满意,这样可以增加商品或服务的价值。

二、客户服务运作流程

由于客户服务的日益重要,所以,许多企业均已设立了客户服务部门。客服部不只是处理客户的抱怨与申诉,而还需更积极地扮演起为客户服务的角色。

其角色也由以往仅对客户所购买不良品处理,转换到主动去了解客户的需求,为客户服务,妥善的处理客户问题与抱怨,并积极地进行客户满意度调查,追求客户更大的满意度。

1. 客服工作流程图



2. 客服工作项目分配

下面简易地列出一些客户服务的项目以及相关的权责部门:

- (1) 消费者需求调查, 客户需求的分析, 以及相关的市场调查——业务部门、营销部门、客户服务部门。
- (2) 提供有关商品与服务的资讯给消费者, 以及相关的营销活动——业务部门、营销部门、客户服务部门。
- (3) 接受客户的订货、下订单或服务的预约, 以及与客户的沟通, 了解他们需求的内容——业务部门、营销部门、客户服务部门。
- (4) 跟客户充分沟通商品或服务的项目, 提供方式, 送货时间——业务部门、客户服务部门。
- (5) 客户所购买的货品的制作、运送, 所订的服务的提供——生产部门、业务部门、服务提供部门。
- (6) 从商品或服务的订购到商品的运送及服务提供的期间内的双方沟通, 尤其是有关货品的制作, 服务的进行状况与进度的了解——业务部门、客户服务部门。
- (7) 货品的运送、安装及使用说明, 服务提供过程中客户的配合方式的说明——业务部门、技术部门、服务提供部门。
- (8) 对客户提供有关产品的使用及相关技术的教育训练与培训——客户服务部门、技术部门。
- (9) 相关的售后服务, 如修理、维护保养, 更换或退还, 服务内容的变更——业务部门、技术部门、客户服务部门。
- (10) 收款、收据或发票的处理, 错误账目的更正——业务部门、财务部门、客户服务部门。

(11) 客户问题与抱怨的接受, 判断与处理——客户服务部门、业务部门。

(12) 客户意见分析, 客户满意度的调查与统计分析, 以及相关资信回馈——客户服务部门、业务部门。

(13) 客户资信的建档、管理, 以及追踪服务——客户服务部门。

(14) 对客户进行咨询, 资信与资料的提供, 以及放多相关的服务——客户服务部门、业务部门。

由上面的客户服务的工作项目的简单分析中可以了解到客户服务部门、营销部门及生产部门等之间要密切配合, 才能把客户服务的工作做好。此外, 这些客户服务工作的进行也有其前后顺序。当然, 首先是客户需求的提出, 接着才是针对客户的需求进行分析与了解以及货品的制作或服务的提供, 最后才是客户满意度调查, 客户资料的建档及追踪服务等。

三、客户服务核心要点

客户服务的成功实施与否, 与企业能否抓住客服的核心有很大的关系, 客户服务中的核心要素有:

1. 具有服务热诚的员工

由于在服务提供的过程中, 服务人员的态度、服务方式都会直接影响到服务提供的品质。所以, 一定要慎选员工。而且, 由于客户的需求越来越多, 甚至有些时候还会提出一些不合理的要求。因此, 服务人员除了要有耐心和具有良好的沟通能力外, 最重要的还要有一颗热诚的