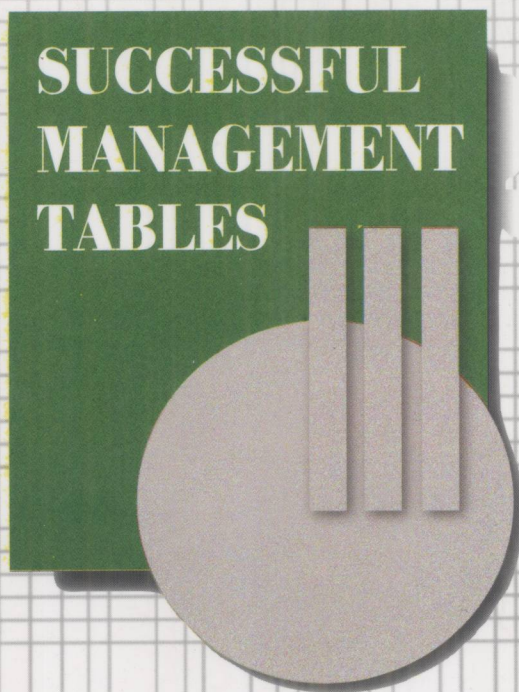


成 · 功 · 企 · 业 · 管 · 理 · 表 · 格 · 精 · 选

实用客户管理表格

300多种现成表格，随用随复印，无须
动脑筋，助你成为数字时代的管理大师

贾丽影 / 编著



中国致公出版社

实用客户管理表格

贾丽影/编著

中国致公出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

实用客户管理表格/贾丽影编著. —北京: 中国致公出版社, 2000.7

ISBN 7-80096-431-0

I. 实… II. 贾… III. 销售管理—表格

IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 60907 号

实用客户管理表格

编 者: 贾丽影

责任编辑: 凌 菱

责任印制: 盛 熠

出版发行: 中国致公出版社

(北京市西城区太平桥大街 4 号 电话 66168543 邮编 100034)

经 销: 全国新华书店

印 刷: 北京地质印刷厂

开 本: 787×1092 1/16 开

印 张: 20.5

字 数: 400 千字

版 次: 2000 年 9 月第 1 版 2001 年 4 月第 2 次印刷

ISBN7-80096-431-0/F·9 定价: 48.00 元

版权所有 翻印必究

前 言

客户对企业的重要性怎么形容都不过分,因为企业的产品是经由客户的路径最终到达消费者手里的,他们是企业利润得以实现的源泉。所以搞好客户管理和服务的的重要性也就不言而喻了。

本书是一本很务实的书,它没有长篇大论的理论阐述,而是通过一个个具体实用的表格,告诉你客户管理和服务的基本方法和技巧,并对如何管理和培训你的员工,使他们成为客户心目中的服务明星做了详细介绍。这些表格都是经过成功企业的成功实践而最终形成的,所以具有极大的操作性和实用性,使你能够不必再自己摸索,从而达到事半功倍的效果。

本书中给出的表格特别简单易用,它们就像 $1+2=3$ 那样容易,你只要把它们复印下来,填写上本公司的实际情况,再按照表格的要求做就可以了。

本书具体内容包括:

- 现有客户管理表格
- 新客户开发表格
- 与对手公司竞争客户表格
- 客户调查表格
- 客户促销管理表格
- 客户关系处理表格
- 与客户交往日常事务管理表格
- 客户状况变化分析表格
- 正确处理客户抱怨及纠纷表格
- 如何自己设计高效实用的表格

编 者

2000年8月于

中国人民大学工商管理学院

目 录

第一章 立足商品社会的关键

- 现有客户管理表格 (1)
- 第一节 客户信用度表格
 - 正确评价客户的等级和忠诚能力 (3)
- 第二节 客户资料表格
 - 全面了解你的上帝 (15)
- 第三节 客户分类管理表格
 - 抓住大鱼,网住小鱼 (23)
- 第四节 客户统计分析表格
 - 紧追商场变化的必由之路 (30)
- 第五节 客户联络与强化关系表格
 - 与客户保持长期的合作关系 (34)

第二章 不尽财源滚滚来

- 切实开拓新客户表格 (39)
- 第一节 新客户开发准备表格
 - “磨刀”不误赚钱功 (41)
- 第二节 潜在客户挖掘表格
 - 尽可能多地知道钱能从哪里来 (46)
- 第三节 客户开发表格
 - 怎样从客户口袋中把钱拿来 (51)
- 第四节 客户分析表格
 - 想办法弄懂你的客户 (59)
- 第五节 客户关系发展表格
 - 把新客户变成老客户 (64)

第三章 发挥比较优势 力争“巧取豪夺”

——与对手公司竞争客户表格 (71)

第一节 情报获取表格

——取之有道,信誉第一 (73)

第二节 对手分析表格

——知己知彼,战无不胜 (76)

第三节 竞争战略制定表格

——高瞻远瞩,详细规划 (84)

第四节 竞争手段表格

——君子善假物也 (87)

第五节 战略实施反馈与总结表格

——不要被胜利冲昏了头脑 (93)

第四章 没有调查就没有发言权

——市场调查表格 (97)

第一节 调查计划表格

——调查前应明白自己想知道什么 (99)

第二节 产品调查表格

——尽量挖掘自己产品的潜力 (104)

第三节 客户调查表格

——客户就是我们的上帝 (113)

第四节 市场预测表格

——想想会有多少市场属于自己 (120)

第五节 调查分析总结表格

——深入细致地剖析调查结果 (125)

第五章 大力促销,酒香也怕巷子深

——客户促销管理表格 (131)

第一节 促销计划表格

——世纪之战,我们分几步走呢 (133)

第二节 促销技巧表格

——妙手促销,巧干胜于蛮干 (139)

第三节	促销管理表格	
	——如何才能做到忙而不乱	(146)
第四节	促销实绩分析表格	
	——是成是败,还看业绩如何	(151)
第五节	销售人员管理表格	
	——培训和评价你的员工	(156)

第六章 稳中求升,不做猴子掰棒子

	——客户关系处理实用表格	(163)
第一节	客户分析表格	
	——喜结良缘,还得知己也知彼	(165)
第二节	客户关系状况表格	
	——立足现实,才能展望未来	(170)
第三节	客户关系处理表格	
	——对症下药,切忌病急乱投医	(174)
第四节	客户关系调整表格	
	——发扬光大或惩前毖后的根本	(195)

第七章 按部就班、客户交往不用愁

	——客户交往日常事务管理表格	(201)
第一节	客户订货表格	
	——财神送上门,渔利家中收	(203)
第二节	客户交易管理表格	
	——短兵相接,我方能否胜算	(207)
第三节	发货管理表格	
	——尽快把你的产品送给客户	(212)
第四节	销售业绩管理表格	
	——业绩如何,且看这节分解	(221)
第五节	客户财务管理表格	
	——让自己心中有本明白账	(227)

第八章 寻根究源,摸清客户情况

	——客户状况变化分析表格	(235)
第一节	客户流量分析表格	

——财神上门,为何时退时进	(237)
第二节 客户信用状况变化分析表格	
——信用变化,企业哪能忽视	(243)
第三节 客户经营动向分析表格	
——经营状况,此处细细分析	(248)
第四节 会计资料分析表格	
——认真看懂客户会计状况	(257)
第五节 财务状况分析表格	
——分析客户,不能忘记财务	(264)

第九章 让品牌人见人爱的最后一步

——正确处理客户抱怨及纠纷表格	(267)
第一节 质量管理表格	
——勿临渴掘井,应未雨绸缪	(269)
第二节 售后服务管理表格	
——售前与售后,服务一个样	(276)
第三节 客户投诉管理表格	
——让客户有足够的说话机会	(280)
第四节 客户投诉处理表格	
——让客户带怨而来,满意而归	(285)
第五节 客诉统计分析表格	
——分析总结,谨防“悲剧”重演	(293)

第十章 其他表格及表格设计

——“豪宴凉菜”,似无关却添风味	(299)
第一节 涉外客户管理表格	
——外汇哗哗流,谁又肯放过?	(301)
第二节 领导者自我管理表格	
——管好自己,才有资格去管其他	(310)

第一章 立足商品社会的关键

——现有客户管理表格

第一节 客户信用度表格

——正确评价客户的等级和忠诚能力

第二节 客户资料表格

——全面了解你的上帝

第三节 客户分类管理表格

——抓住大鱼,网住小鱼

第四节 客户统计分析表格

——紧跟商场变化的必由之路

第五节 客户联络与强化关系表格

——与客户保持长期的合作关系

本章简介：

客户是企业的上帝，而现有客户则是企业经营业绩的直接体现，如何抓住现有客户，如何使客户经常回头是每个企业主关心的问题。本章结合现有客户管理活动中可能会遇到的各种问题，整理和编排如下几种类型的表格，以供各类企业主参考和使用。

客户信用度表格。商品社会是信用社会。和客户交往却发现他没有能力支付帐款，或有能力支付却迟迟拖欠，这是每个企业主不希望看到却时常发生的事情，你的客户信用情况如何呢？

客户价值观表格。要想在现在社会中站稳脚跟，你不能不分析客户价值观，因为客户在下决定的时候时常会以自己的价值观为判断依据。与客户洽商时如果不经意中否定了对方的价值观，即使你的结论百分之一千地正确，但没有赢得客户之前你是输家。

客户资料表格。把你的客户资料集中到一会儿，认真弄懂你的上帝，你就会赢得更多机会。试试看！

客户分类管理表格。渔夫总是想，如果一网下去，大鱼小鱼尽皆入网，那该多好呀。但是企业与客户发展关系却不能这样，因为时间和资源是有限的，在这儿用的多了，在那儿就肯定会少。怎么办呢？答曰：分类管理。

客户统计分析表格。讲道理固然能说明问题，但数字似乎更具雄辩力。看着自己的客户数一天比一天多，心中不禁有无尽的畅意；发现自己客户数时增时减，或许心中便会有些许紧张与不安。不同的情况下，你会采取怎样的措施呢？

客户联络与强化关系表格。你是否经常与客户保持联络，你是否有一定的联络计划？是新客户经常成为老客户，还是老客户经常成为对手公司的客户？看完这些表格，你会如何做呢？

每个企业主都想把企业的客户管好，但每个企业主所采用的方式却是千差万别的，基本相同的一点是大多数企业管理比较混乱，具有相当的随意性。本章的目的就是要使企业主通过填写这些表格而使现有客户的管理工作变得有序，使得管理条理更加清晰。

第一节 客户信用度表格

——正确评价客户的等级和忠诚能力

表 1: 客户信用调查总表

填表日期 年 月 日

[illegible]

该表可以用于从总体上把握各个客户的大体信用情况,笔者建议每个企业应具备一册。为了保持该表与后面各表的联系,业主可以在后面外加备注一栏,用于填写各客户在明细表中的具体位置,方便查阅。

表 2:客户信用调查明细表

公 司 名 称		地址		电话	
负责人		住所		电话	
创业日期	年 月 日	营业项目		经营方式	独资() 合伙() 公司()
开始交易日期	年 月 日	营业区域		经营地点	市场() 住宅() 郊外()

负责人	性格	温柔() 兴奋() 开朗() 古怪() 自大()	气质	稳重() 寡言() 急躁() 饶舌()
	兴趣		信誉	
	学历	大学() 高中() 初中() 小学()	出生地	
	经历		说话要领	能说() 口拙() 普通()
	思想	稳健派() 保守派() 革新激进派()	嗜好	酒: 饮() 不饮() 香烟: 抽() 不抽()
	人长处		特长	
	短处		技术	熟练() 不很熟练() 不懂()

会计方面	银行往来	银行 、帐号 号	银行信用	很好() 好() 普通() 差() 很差()
	帐簿组织	完 备() 不完备()	同业者评判	很好() 好() 普通() 差() 很差()
	经营组织	股份公司() 个人经营() 有限公司() 合资公司()	近邻评价	很好() 好() 普通() 差() 很差()
	资本额	元	付款态度	爽快() 普通() 尚可() 迟延() 为难() 嗜欠尾款()
	营业执照 登记号码		备 注	

续表

使用资产	汽车()辆	自 有		租 用	
	场所 马路边() 离马路不远() 离马路很近() 偏僻()	面积		面积	
	店内 装饰好() 普通() 差()	层数		层数	
	铺保险 火险(元) 无()	市价		月租	

营 业 方 面	交 易 品 种	交 易 品 名	月份销售量	金 额	备 注	贩 卖 炉 具 情 况	牌 名	月销数量	年销数量
		液 化 气	吨						
		煤 气 器 具	件						
		台 炉	台						
		热 水 器	台						
		煤 气 锅	台						
		煤 气 灶	台						
		其 他	台						
		合 计	台						

信用核定限额	1. 年 月 日 元	记入盖章	5. 年 月 日 元	记入盖章	9. 年 月 日 元	记入盖章
	2. 年 月 日 元	"	6. 年 月 日 元	"	10. 年 月 日 元	"
	3. 年 月 日 元	"	7. 年 月 日 元	"	11. 年 月 日 元	"
	4. 年 月 日 元	"	8. 年 月 日 元	"	12. 年 月 日 元	"

总经理： 经理： 科长： 主任： 经办：

该表可以用于把握具体客户的各方面情况,是信用总表的展开,供业主参考使用,业主可以在后面加上备注栏,以保持和总表的联系。

表 3:客户信用度分析分表(公司)

○业界动向

☐ 1. 生意往来企业之业界动向是好是坏	
☐ 2. 现今国际环境、状况下之动向如何	
☐ 3. 金融环境如何	
☐ 4. 业界未来之展望是光明还是黑暗	
☐ 5. 业界之长期展望如何	

○经营素质

☐ 1. 生意往来者是法人还是个人(民族)	
☐ 2. 其资本、资金如何	
☐ 3. 同行的评价如何	
☐ 4. 总公司、关系企业、主要银行的信用度如何	
☐ 5. 资金关系如何	

○评语

☐ 1. 是否有不当交易的谣传	
☐ 2. 是否有政治性不明朗的谣传	
☐ 3. 与问题多之外部团体的联系如何	
☐ 4. 是否有计算上不公正的谣传	
☐ 5. 税务是否正当	

○市场

☐ 1. 主力商品之利益率多少	
☐ 2. 销售战略是否困难	
☐ 3. 批发商品或零售商品是否安全	
☐ 4. 对新产品开发、技术开发是否热心	
☐ 5. 库存管理、交货措施是否安全	

○财务状况

☐ 1. 过去之平均利益如何	
☐ 2. 公司的资产怎样	
☐ 3. 贷款是否适当	
☐ 4. 过剩投资是否安全	
☐ 5. 是否有不良的债权	
评价	

表 3、表 4、表 5 是对具体客户各方面情况更进一步了解,这三表从公司、管理人员、职工三角度对客户信用能力进行分析,可使业主对客户的情况了如指掌。业主在选择时可以选择表 2 或选择表 3、4、5 这个系列。

表 4:客户信用分析分表(管理人员)

○负责人的素质

☐ 1. 负责人的人品是否可信赖	
☐ 2. 负责人领导能力如何	
☐ 3. 负责人的健康、体力如何	
☐ 4. 负责人的年龄是多少	
☐ 5. 经营理念是否坚定	

○负责人的个人条件

☐ 1. 负责人的家庭是否圆满	
☐ 2. 是否有花边新闻	
☐ 3. 人品是否很坏	
☐ 4. 是否爱好赌博	
☐ 5. 是否有很多兴趣、嗜好	

○负责人的评语

☐ 1. 在商场上的声誉如何	
☐ 2. 是否受职员敬爱	
☐ 3. 是否有不明朗的政治关系	
☐ 4. 是否与特别的暧昧团体有关联	
☐ 5. 是否有犯罪的丑闻	

○负责人之经营能力

☐ 1. 负责人之经营手腕如何	
☐ 2. 业绩如何	
☐ 3. 指导部署是否卓越	
☐ 4. 是否费心地培育后继人材	
☐ 5. 顾客或主要银行的评语如何	

○负责人的资产

☐ 1. 负责人的个人资产与其经营规模是否成正比	
☐ 2. 个人贷款是否过多	
☐ 3. 是否有个人的事业	
☐ 4. 凡事是否都不编列预算随意支出	
☐ 5. 抵押状况如何	
评价	

表 5:客户信用度分析分表(职员)

○士气

☐ 1. 全员的士气很高昂	
☐ 2. 全员有干劲	
☐ 3. 很多诚实、亲切的人	
☐ 4. 很多职员都有谦虚的品性	
☐ 5. 职员间很和睦	

○向上心

☐ 1. 经常教育、训练职员	
☐ 2. 贯彻公司商品的知识	
☐ 3. 热心于产品开发	
☐ 4. 热心于设备的革新	
☐ 5. 热心于技术的革新	

○评语

☐ 1. 没有派系对峙的传闻	
☐ 2. 没有花边新闻	
☐ 3. 没有职员受贿赂的丑闻	
☐ 4. 没有劳资对立的谣传	
☐ 5. 没有职员间对立的谣传	

○工作态度

☐ 1. 勤勉	
☐ 2. 服装整洁	
☐ 3. 工作岗位的整理、整顿做得很彻底	
☐ 4. 机敏的工作态度	
☐ 5. 有效率、机智的	

○薪资等

☐ 1. 薪金在一般水平	
☐ 2. 没有不公平的薪俸制度	
☐ 3. 没有延误发薪的传闻	
☐ 4. 适当地使用营业费	
☐ 5. 职员的储蓄率很高	
评价	

表 6:客户信用状况变化一览表

审 核 项 目		情况 明显	状况 轻微	无此 迹象
全 盘 经 营 方 面	销售成长现象戛然而止			
	虽然做了大规模的投资,但新的事业却不见起色			
	虽然库存吓人,但却一直毫无消化的动静			
	虽然并无确定的市场展望,然而却仍任由生产部门维持过剩的产量			
	实际业绩与经营计划的目标相去甚远			
	尽管订单数量和销售量与计划的目标有着巨大的差异,却仍一个劲儿地增添生产设备			
	企业长期以来的主力热门商品的销售成长率已然谱下休止符,然而却仍未能开发出可资取代的第二种主力商品			
	由于大规模进货,厂商的订单已然开始大幅锐减,或是改用内制方式,使得外发作业宣告中止			
经 营 者 的 言 行 举 止 方 面	讲话的口气比以前更为狂妄,嘴里老是挂着远大的计划			
	有时也听得见软弱的言词,甚或几近牢骚满腹的话			
	让人察觉隐然有一种强颜欢笑的表情			
	对于部属的疑心突然加重,恶言恶语地讲话以及在董事长室咆哮发怒的情况变得经常可见			
	明显地呈现焦躁不安的状态,无法心平气和地讲话			
	比以前更常外出,部属们都不知道他的下落			