

A watercolor illustration of a sunset scene. The background is a warm, golden-yellow gradient. On the left, a tall, ornate street lamp with three lanterns stands. In the bottom left, a small sailboat is on the water. In the bottom right, a lighthouse sits on a rocky island with a fence. The top right corner features a large, leafy tree with green and yellow foliage and small red berries. A seagull is flying in the sky. The title text is enclosed in a black rectangular box.

# Dell公司客户关系管理案例分析

组员：

# 目 录

1

Dell公司简介

2

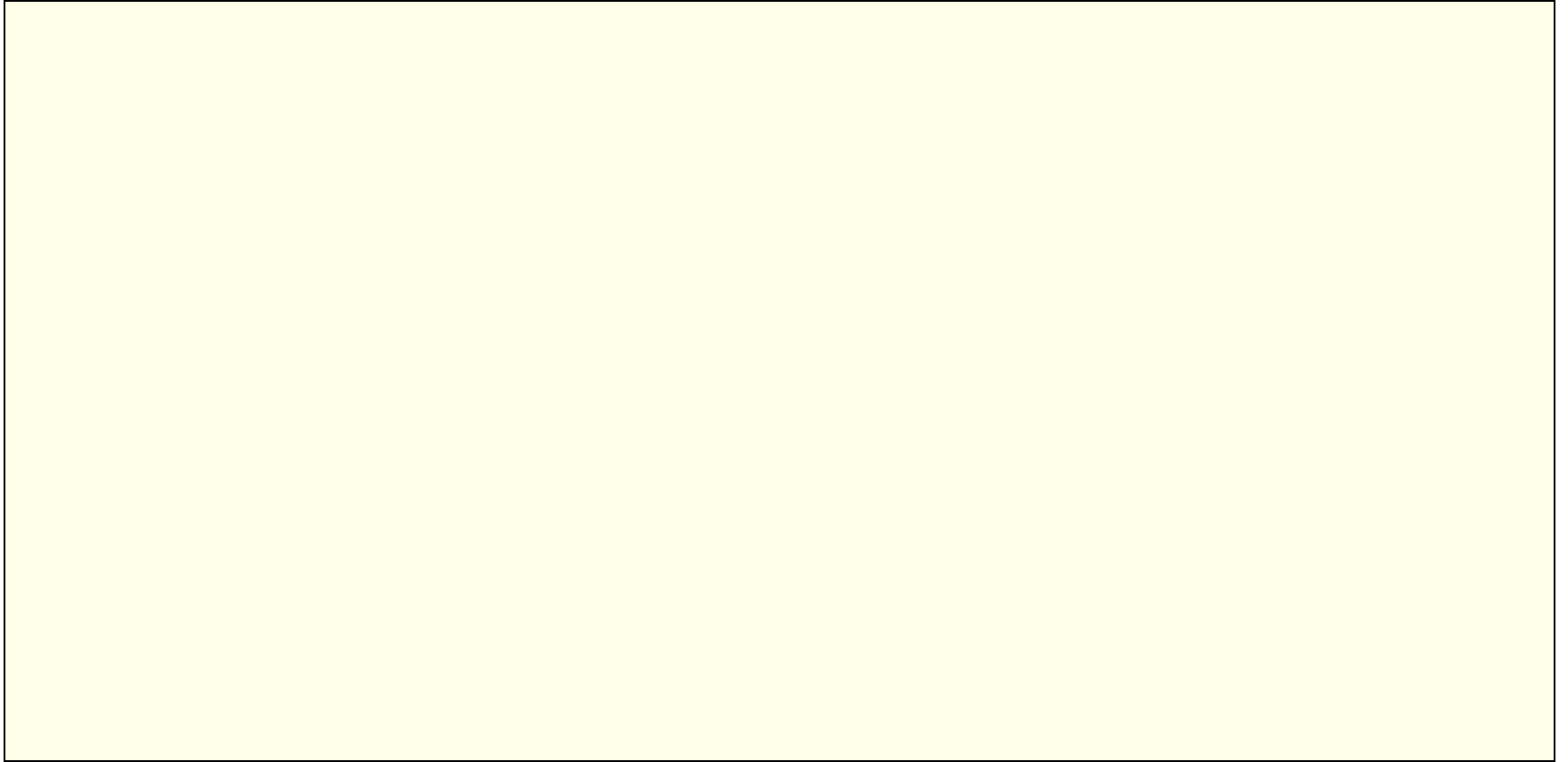
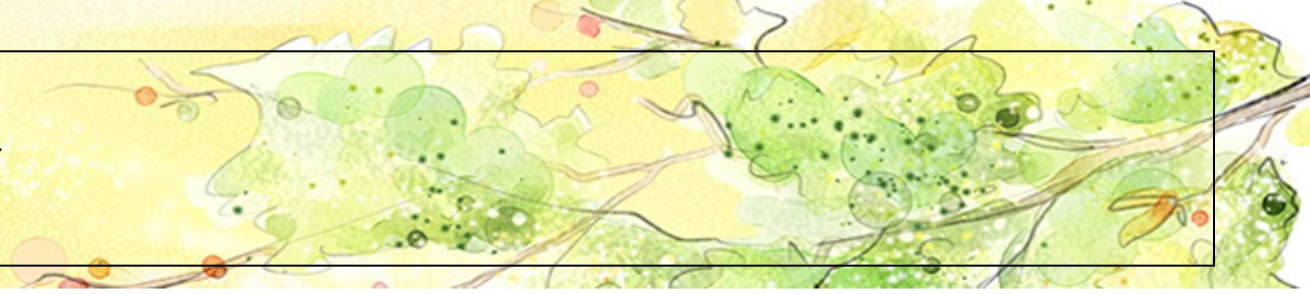
Dell的客户关系管理战略

3

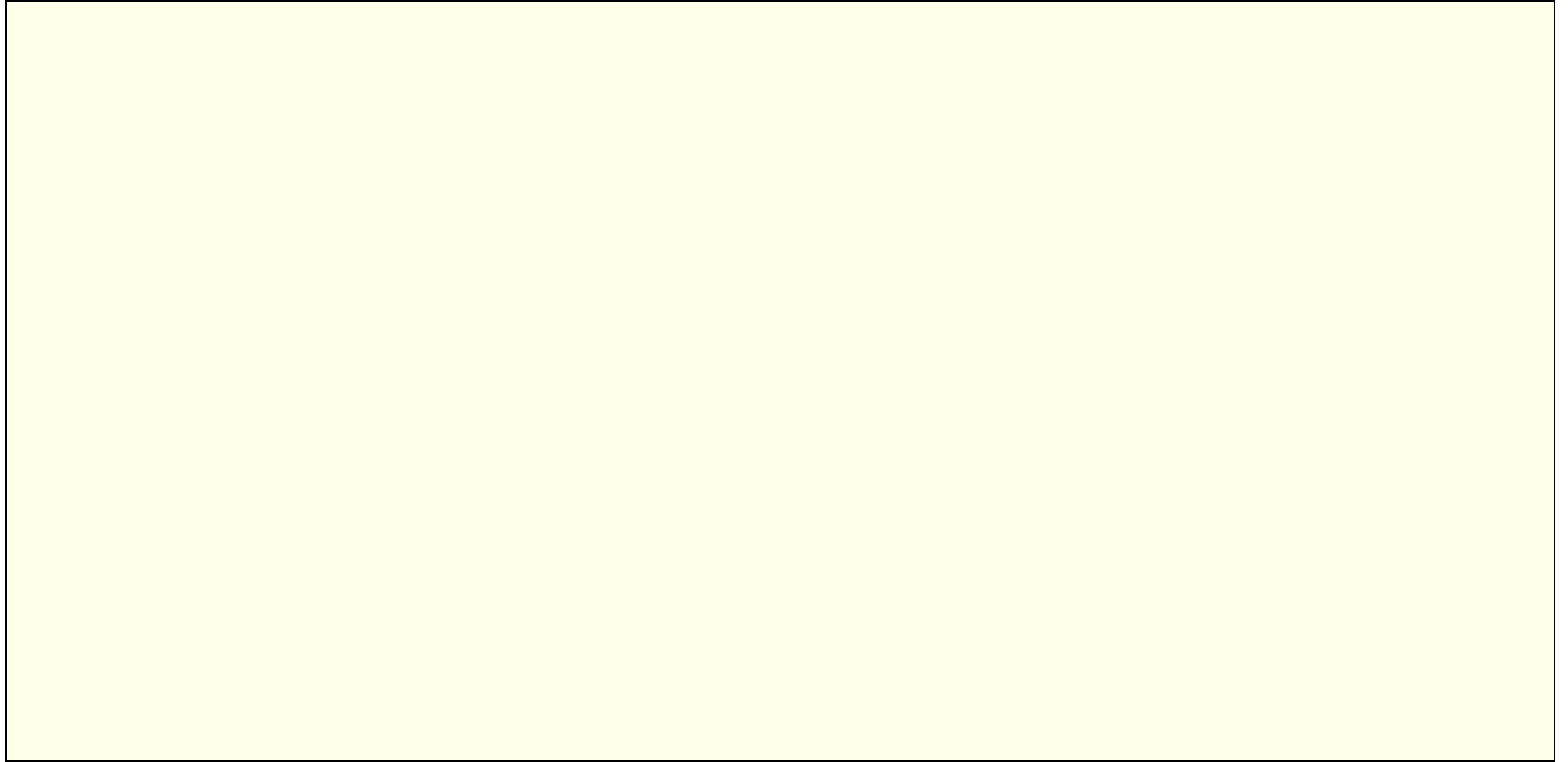
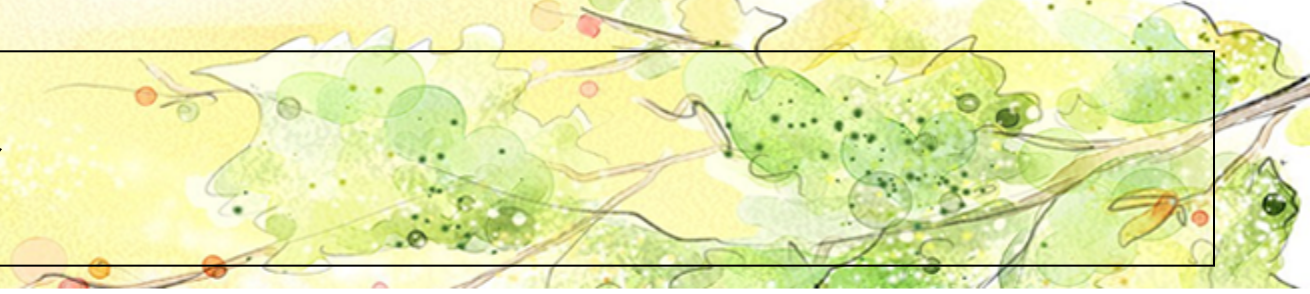
总结



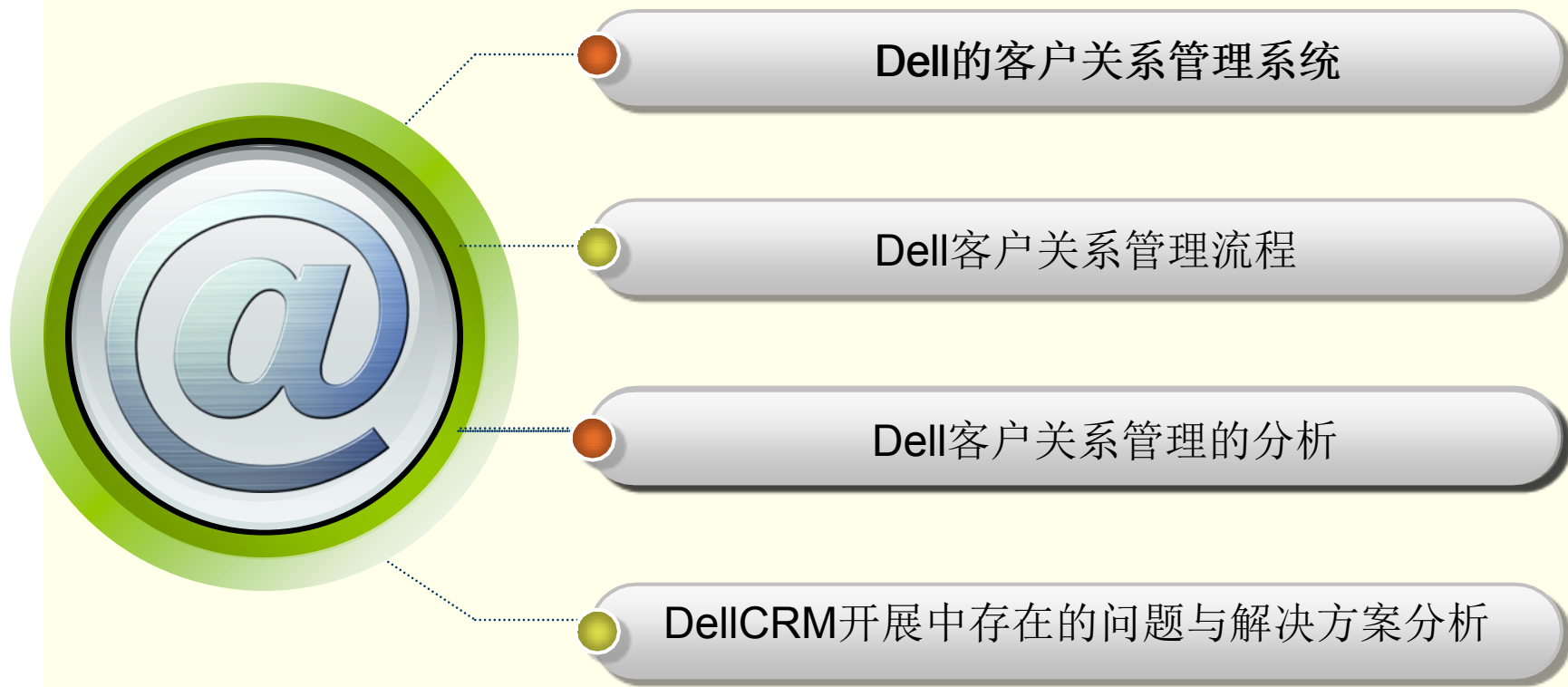
# Dell公司简介



# Dell公司简介



# Dell的客户关系管理战略



# Dell的客户关系管理系统

- 在比较了传统的B to B模式后，Dell提出了自己的B to B模式，即确认---区分---交换---定制模式，也就是B2 B one to one的模式。

阶段一：识别----谁是你的客户

# Dell的客户关系管理系统

阶段二：区分-----以客户对企业的价值和需求为标准进行相应的区分

传统的做法：对待不同的客户使用不同的方法。对最有价值的客户提供最高级别的效劳。对客户表达需求，做出被动的区分。

改进的做法：通过生命周期价值和战略价值来对客户评级。针对目前没有利润的客户，开发开展的战略。针对基于需求的客户分类进行主动区分。

# Dell的客户关系管理系统

## 阶段三：互动-----与客户互动

**传统的做法：** 仅仅通过销售代表进行联系，相信销售代表自动化。

其他的CRM方案会产生抵触。因为他们把这看成一种威胁，限制于大客户之间的电子数据交换。

**改进的做法：** 记住通过所有接触点的与客户之间的联系，包括网络。对于销售代表对客户接触的记录进行奖励，将网上销售为一种电子数据交换可选择的方法。



# Dell的客户关系管理系统

阶段四：定制-----根据与客户交往经验定制方案

传统的做法：根据大客户的特别要求来定制产品和效劳。开展和执行客户方案。

# Dell客户关系管理流程

- 客户分类
- 第一类是被称为T形的客户，就是公事公办的这种类型，或者价格型。这种人，由公司最基层的人处理。Dell在这类客户上面不花费资源，我告诉你价格和条件是什么，不买拉倒。
- 第二类是R形的客户，这些客户通常规模要大一些，他不仅仅注重价格，而且注重关系。他们把高级一点的人，放在管理这类客户上面，这类客户得到的好处会更多。
- 第三类是从R型里选出的大客户，一个顶几十个或者几百个T型客户或者R型的客户。对这样的大客户，Dell会派一个人甚至一个小组去管，专门为这个大客户效劳。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/828006042054007003>