

精选管理类实习报告四篇

在生活中，报告有着举足轻重的地位，报告具有成文事后性的特点。你所见过的报告是什么样的呢？下面是小编整理的管理类实习报告4篇，欢迎大家分享。

管理类实习报告 篇1

一、 实习目的

客户关系管理（Customer Relationship Management，CRM）是企业电子化经营管理系统中最重要的组成部分。客户关系管理提供了一种能够反映企业与客户之间复杂联系的管理方法，不仅能够记录、追踪客户的信息资料和企业与客户之间的业务行为，而且能够分析这些信息，为企业的决策提供依据，从而适应网络经济时代消费者需求的特点和电子商务对企业经营管理所提出的要求。

CRM的理念是以客户关系的建立、发展和维持为主要目的，尤其以维持为主，讲究的是通过对客户的了解更好地服务于客户，从而使企业能够从良好的客户关系中获取最大的利益，其最终目标是“开源”。

客户关系管理实训是电子商务专业的专业技能课。通过本实训的学习，要使学生能够领会客户关系管理的基本思想和具体的应用方法，深刻理解客户关系管理如何增强企业核心竞争力、扩大市场规模、加速提升运营效率等知识点。让我熟悉：企业资源规划中客户关系管理的方式、方法。掌握企业在进行产品营销中的如何应用信息平台处理相关业务。使我学会：

熟练掌握对CRM软件的相关操作。包括基础管理的设置，销售管理的相关操作，服务管理的相关操作和市场管理的相关操作。使我掌握职业技能：如何利用企业信息平台管理相关资源。包括开发维护市场及客户，处理企业产品营销中产、供、销整个产业链上的信息化管理。使学生增强敏锐的观察力、提高信息捕捉力和团队配合能力。

本次实践是学生在系统学习《客户关系管理》课程基础上所进行的一次理论联系实际的教学实践活动，是学生将理论知识与实践相结合的一次自我尝试，是提高学生观察、思考、分析和解决问题能力的一次实践机会。通过本实验课程，加深客户管理的理论教学和增强对客户管理方面的分析问题以及解决问题的能力。使学生能够对CRM有一个更为感性具体的认识，掌握客户关系管理系统的软件体系结构，并针对实际企业的需求进行客户关系管理系统的设计和开发，锻炼学生的合作开发能力。

二、小组成员及分工

（产品创建，软件调试，论文格式排版）

（产品策划，软件截、论文撰写）

三、实习内容

（一） 产品档案

首先实习的是产品档案这一部分的内容，在打开CRM系统软件之后，小组成员找到联系人档案，然后编辑出联系人的相关信息。

在建立好联系人档案之后，根据实验步骤，又编辑了产品档案中有关新增产品的相关信息，比如对产品名称、产品编码等进行逐步的设置。

紧接着，小组成员对供应商的相关信息进行了完善，并对供应商简单的描述了一下，在本次的实验过程中，总共设置了四个产品。

在第一部分的产品档案实习中，还有一个价格单的设置；

（二） 客户档案

完成了对实习一“产品档案”的设置后，开始对“客户档案”进行设置。首先点开产品档案选项卡，出现的是“查找客户”和“客户列表”的下拉式表框。

下面编辑客户资料。该客户列属食品与饮料行业，具体描述一般采用货到付款的方式，银行具体选择中国银行，具体客户资料。

（三） 联系人档案

完成了前面两项内容后，开始建立联系人档案，点击“联系人”选项卡，在联系表单中填写详细信息，点击保存即可。如下是建立联系人档案后，形成的联系人信息，住址信息等。

（四） 商业机会

点击“商业机会”选项卡，点击子菜单中的“新增商业机会”，在出现的表单中输入信息，需要的信息输入完成点击“保存”即可。如是已填好的“新增商业机会”子菜单：

增加的新的商业机会是哇哈哈专卖店，销售线索来源是员工推荐。

完成“新增商业机会”，可以通过查找来找到我们“新增的商业机会”。

（五）

销售线索

实习五是对“销售线索”的具体制作，首先打开销售线索界面，和上面一样出现的是“查找销售线索”功能和“销售线索”下拉式复选框，在此区域可以对销售线索进行编辑和删除。第三部分是关于销售线索的工具，主要有“导入销售线索”和“导出全部销售线索”这两个功能。

其次是“新增销售线索”，该成员名字是王琳娜，是盐城饮料公司的成员，销售线索来源是公共关系，该成员富有较多的销售经验，擅长销售各种饮料，具体资料

（六） 销售活动

在实习六中，小组成员先找到“销售活动”的选项卡，然后在“新增事件”的子菜单中，对活动的主题，开始时间以及结束时间进行了设置，并对活动的地点、联系人、地点等属性也相对的进行了设置。

刚刚是针对“新增事件”所做的设置，接下来又对子菜单中的“新增任务”进行了编辑，同样的必不可少的是主题与时间的设置。

在本次实习中，通过使用“活动查找”的功能，填入主题点击“查找”，找到了

如下所示的小组所设置的销售活动的信息。

（七） 报价单

点击主菜单中的“报价单”，点击子菜单下面的“新增报价单”填写相关信息，填写产品数量和批发价。哇哈哈公司旗下四款产品的报价单

格瓦斯库存数量10000，数量8000，单位价格3.0元，批发价1.5元。总计12000元。

一只椰子库存数量20000，数量16000，单位价格5.0元，批发价4.0元。总计64000元。

营养快线库存数量16500，数量12000，单位价格5.0元，批发价4.0元。总计48000元。

富氧水库存数量23000，数量19000，单位价格4.5元，批发价3.5元。总计66500元。

总计含税价格190500元。

建立好后“新增报价单”，可以通过报价单首页的“查找报价单”，即可查到我们刚刚建立的“新增报价单”。

在主菜单中的“报价单”中，可以在“报价单列表”中可以对报价单进行编辑和删除。

（八） 业务订单

实习八具体阐述了“业务订单”的相关内容，首先是对业务订单的查询内容，第一部分包括“查询采购订单”和“销售订单”两个内容，第二部分是“采购订单列表”复选框，这里可以对采购订单进行编辑和删除，具体接下来的工作是“新增采购订单”，这一工作和前面的工作大致相同，需要注意的是“付款地址”和“收货地址”，由于本组的收货地址和付款地址是一样的，所以在这里就不许要过多的步骤，这里针对的主要是娃哈哈公司的格瓦斯，主要负责人是张孝。

下面是我公司富氧水的促销活动，主要与客户张烨沟通，活动主题为买三送一。

（九） 发票

实习九是关于“发票”的具体操作，第一部分是“查找发票”区域，第二部分是“发票列表”，同样在此区域可以对发票进行相关的编辑和删除。

其次是“新增发票”相关操作，发票编号为7805，发票主题是娃哈哈饮料发票，销售订单是买三送一的销售发票，是开给张客户的，负责人用户为DYX1101，开票日期为20xx年6月10号，该客户选购的产品是富氧水，数量为10000瓶，批发价为3.5元，收货和付款地址都是盐城市亭湖区迎宾大道1号，具体发票信息

（十） 服务中心

点击“服务中心”选项卡，此选项卡中包含“传票”和“常见问题”两个功能。

点击“常见问题”选项卡，编辑“常见问题”选项卡，在“查找常见问题”功能区域，输入编辑好的“常见问题”，点击查找。

常见问题是“普通一瓶水既然卖这么贵，自然有它独树一帜的地方，便是它所标榜的“富氧”，什么是“富氧”？场合富氧水对身体是不是有好处呢？”中有其答案，分类是“一般问题。”

点击“传票”选项卡，做法与“常见问题”一致。

“新增的传票”是“哇哈哈促销”，优先级：正常，严重性：次要，分类：大问题，联系人姓名：丁建红等等。

建立好的“传票”和“常见问题”都可以在“查找”选项卡中查找出。

（十一）

统计报表

实习十一是对“统计报表”进行的编辑与设置，首先点击“创建报表”，然后在选择新报表信息的下拉列表中，选择了“商业机会”，其他设置不变，点击“继续”，在报表类型中选择了“表格式报表”，然后从上到下对每个标题进行了设置，当我们点击了“保存并执行”的命令按钮时，弹出了一个窗口，根据实习指导书，小组成员也对其依次进行了设置，最后点击SAVE，也就是“保存”按钮，即生成了一个新的报表。

（十二） 辅助实习

“辅助实习”，着重介绍了“备忘录”、“电子邮件”和“日程安排”三个内容。首先介绍了备忘录的相关操作，先是添加备忘录，备忘录主题是勿忘我，联系人姓名为丁建红，负责人用户为DYX1101，备注是这个机会很重要，商业机会名称是娃哈哈专卖店。具体内容

然后是对“电子邮件”的相关操作，点击“电子邮件”，出现的是“查找电子邮件”和“电子邮件列表”，还有email工具列表，接下来就是撰写电子邮件的部分，这封电子邮件时发给用户DYX11011101的，主题是注意查收，内容是关于到货时间，

这里着重介绍一下“保存”按钮，保存是吧邮件保存下来但不发送，具体点击“日程安排”选项卡，编辑相关操作，DYX1101的主题是畅饮暑假，健康生活，选择具体日期，具体时刻，点击保存即可。

四、

实习心得

对于本次客户关系管理实习，总共涉及十二个部分，这十二个部分相辅相成，缺一不可。建立产品档案后，企业有了产品才会有客户，所以要建立客户档案，有了客户，他要跟谁联系，跟谁讨论，这又是一方面内容，建立联系人档案，将所需联系的人归纳在一个档案里，可以有效的提高效率，很快可以找到所需要找的联系人的。一个企业想要获得成功，商业机会、销售线索都是必不可少的。企业领导人要知道市场哪方面的需求比较旺盛，从哪方面的线索知道了商业机会，就像一根绳子上的蚂蚱一样，串在一起。针对商业机会，适当的利用销售活动，可以有效的吸引消费者，扩大市场的需求，在我们的客户关系管理实习中，我们推出了“畅饮暑假，健康生活”的活动。顾客的满意价格是多少，企业要制定怎样的价格，才能让顾客感觉实惠，从而愿意购买，所以制定合适的报价单对每个企业来说都是必不可少的。上面的七项内容完成后，与客户达成协议，签订业务订单，开具发票给客户。在协议交易过程中，如果发现有问题的，需要解决，可以通过服务中心来解决，相当于企业的解决场所。将上面的商业机会等选择表格式报表，建立统计报表，将企业的事项统计出来，真正的利用资源。最后一项是“辅助实习”，着重讲了“备忘录”、“电子邮件”、“日程安排”，可以提醒企业领导每个时间段需要做的事情，就算再忙也不会忘记与客户，或者活动等安排的时间，做到准时，有效的提高企业的商业信誉。

在实习过程中，我们的制造商选择了哇哈哈集团，众所周知，该企业主要以生产饮品为主。之所以选择这个企业是因为我组对这个企业的产品相对了解，大多数饮品组员都曾喝过。本组主要对以下三种产品进行分析：第一种是格瓦斯，第二种是一只椰子，第三种是富氧水。其中营养快线和一只椰子价格大致相同，而富氧水的价格相对便宜。对于价格这

方面，我组一开始也存在很大的异议。主要是各大超市的饮品价格定位存在较大的差异。为此，我组专门在网上对饮品价格进行了查询分析，最后确定饮品的批发价格和零售价格。

在操作过程中，我们也遇到了许多困难。比如有些细节问题。刚开始做实验一的时候真的无从下手，摸不着头脑。我们小组统一进行分工协作，诸如一些细节问题。要求中提到打“*”的是必须要填写的，那不打“*”的到底要不要填呢。之后也想到了借鉴别人的成果。因为CRM这个系统是联网操作的，所有人制作的资料都可以通过查询功能找到。后来了解到大多数人对这个问题进行了简单性的描述，比如该客户隶属什么部门，联系人街道、送货地址等等。

在分析常见问题的时候，我组也遇到了很大的困难。大多数人可能会疑问，什么是富氧水呢。为什么普通的一瓶水卖这么贵，喝了对身体有什么好处呢。接下来我组九对这个问题进行了专业性的解答。富氧水不含对人体有毒、有害及有异味的物质；水的硬度适中；人体所需的矿物质适中；pH值呈中性或微碱性；水中溶解氧及二氧化碳适中；水分子团小，易于人体细胞吸收、利用；水的营养生理功能，如渗透力、溶解力、代谢力较强。鉴于对人体那么大的好处，那又何足不能引起消费者的购买欲望与兴趣??

在为期一周实习中，我们小组成员学到了很多。从一开始对系统的不熟悉，摸不着头绪，到后面越来越得心应手，这当中的每一步都能彰显出小组中每个成员的逐步认识与成长。

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/946214212205010
210](https://d.book118.com/946214212205010210)