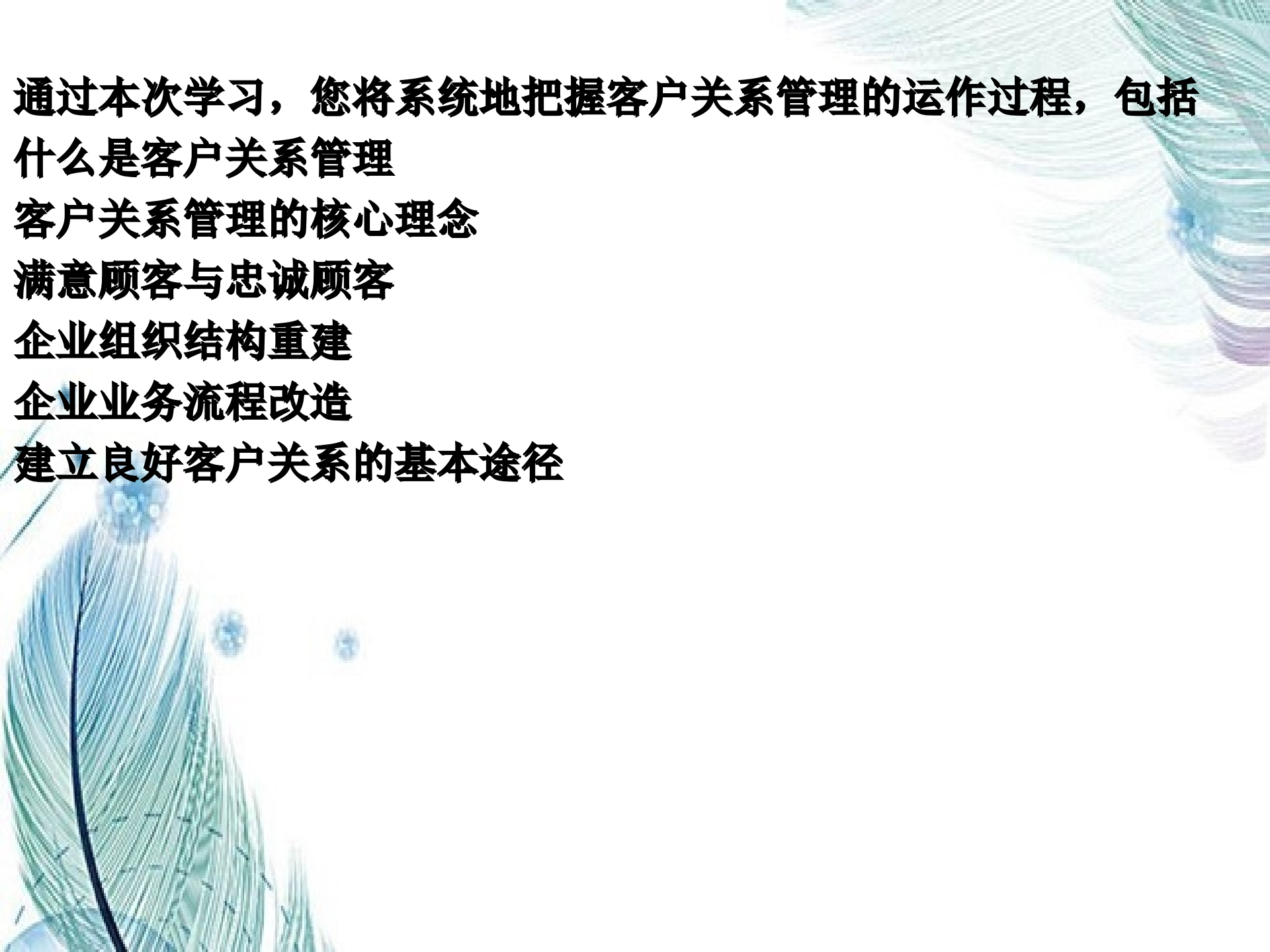




# 客户关系管理主讲



**通过本次学习，您将系统地把握客户关系管理的运作过程，包括**

- 什么是客户关系管理**
- 客户关系管理的核心理念**
- 满意顾客与忠诚顾客**
- 企业组织结构重建**
- 企业业务流程改造**
- 建立良好客户关系的基本途径**

# 一、什么是客户关系管理

## 1. 客户关系管理（CRM）含义

企业为分析客户、选择客户、获得客户、维系客户、提高客户忠诚度和终生价值，提升企业赢利能力和竞争优势而开展的所有活动。

**目的：**提高客户忠诚度和终生价值，提升企业的赢利能力和竞争优势。

**前提：**满足客户需求。

**条件：**运用一定的资源、政策、结构和流程。

**方法：**密切与客户沟通，深入了解客户需求，提供优质产品，完善客户服务，提高响应速度。

**内容：**分析、选择、获得、维系和提升客户。

**意义。**

**是一种全新经营理念，在产品、管理与营销同质化的背景下产生。**

**现阶段：保持竞争优势，突出核心竞争力。**

**以后：竞争入场券，企业经营的基本条件。**

## 二、客户关系管理的核心理念

**供求关系与客户关系。**

**供不应求：漏桶原理。总有足够的客户替代流失的客户。**

**供过于求：留住客户，提升客户价值。**

“帕雷托定律”，即“八二开原理”。

原因：个（主要原因，次要原因）

结果：份。

帕雷托定律：的主要原因能够引起的结果，另外的次要原因只能引起的结果。

帕雷托定律在企业经营中的表现：

的主要客户 的利润。

的次要客户 的利润。



**利益比较： 获得新客户与保持老客户。**

**获得一个新客户的成本是保持一个满意客户成本的~倍。**

**核心理念： 以客户为中心, 通过实现客户满意和帮助客户获利来提升客户忠诚度和客户价值。**

**企业必须像管理其它人、财、物资源一样管理客户资源。  
像了解其他人、财、物资源一样了解客户资源。像了解库存一样了解客户。**

# 三、客户关系管理效果——满意顾客与忠诚客户

## (一) 不满意客户对公司的影响

- ： ( 投诉)
- ： (购买意向)
- ： (信息)

这些数字在不同的行业有不同，其意义是显然的：不满意客户可以造成销售下降、利润降低和企业倒闭。



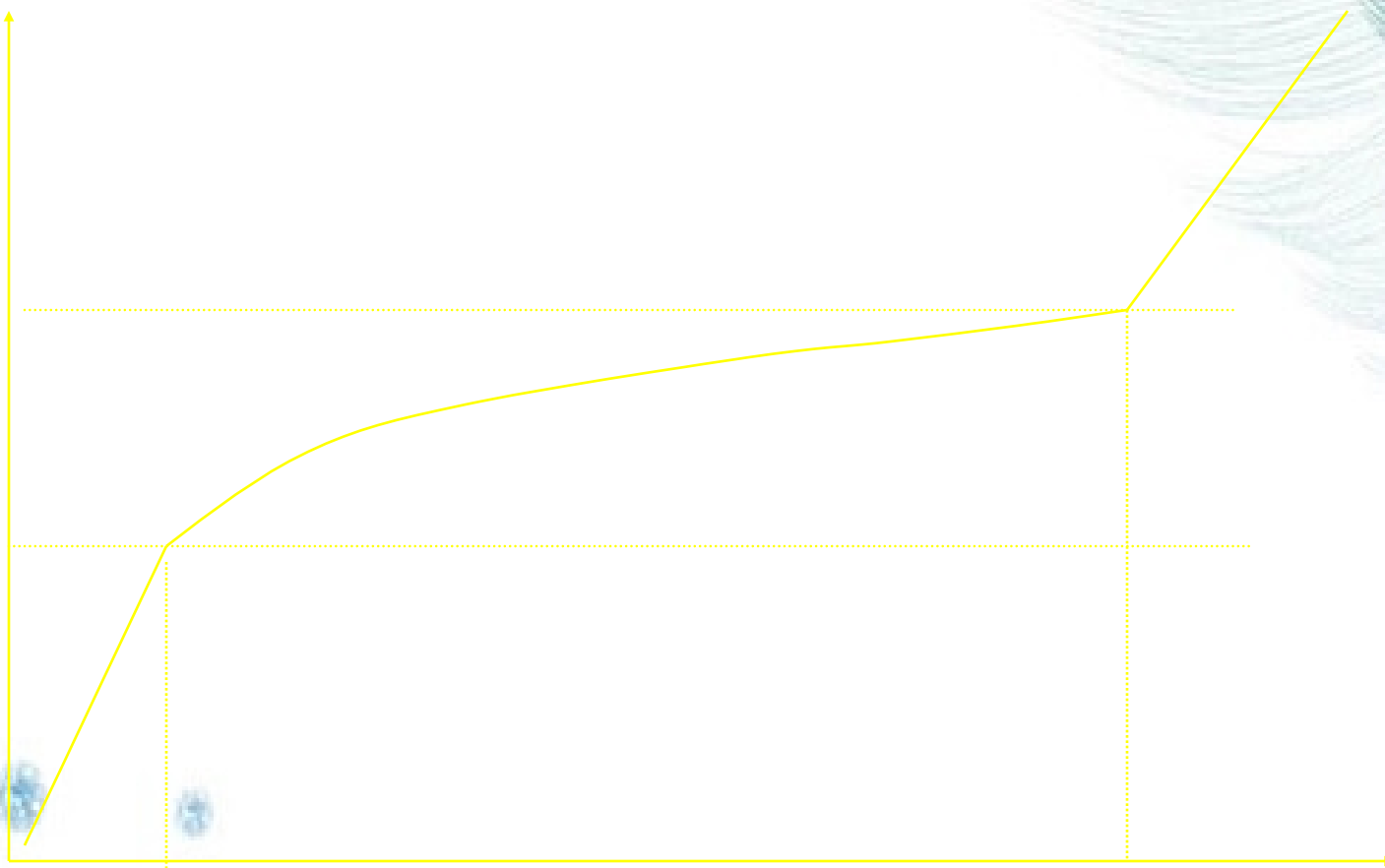
## **(二)顾客满意与顾客忠诚**

**·顾客满意。指客户对企业提供的产品和服务表示认同的状态。**

**·客户忠诚。指顾客重复购买或频繁购买企业的产品和服务，并且不为其他品牌所动摇。**

**·顾客满意与顾客忠诚。高度满意的顾客才是忠诚顾客。**

客户满意水平



0

客户服务水平

客户满意曲线

## 四、企业组织结构重建

### · 组织结构重建的任务。

在股东、高层领导和所有各部门支持下整合内部资源，建立职能完整、协调统一、运行高效的组织机构，以适应提升客户满意度和忠诚度的需要。

## **. 组织结构重建的工作程序。**

- (1) 明确顾客需求。**
- (2) 根据顾客需求重构组织。**
- (3) 明确各部门的职责与权限。避免职责不清的现象。**
- (4) 实现各部门的协调。消除部门之间的矛盾与混乱。把实现客户满意作为评价各部门工作的主要标准。**
- (5) 相应的资源配置到位。如人才、培训、信息系统建立**
- (6) 员工培训和教育，建立有效的员工队伍。**
- (7) 实施应用与持续改进。**

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/966241121054011001>