

最新做客户的心得(模板19篇)

在实习心得中，我们可以反思实习过程中遇到的困难和挑战，寻找解决问题的方法和策略。最后，希望大家在撰写自己的教学反思时能够真实、客观、深入地进行分析和总结。

做客户的心得篇一

这学期通过对客户管理的学习，老师的悉心指导。我们了解到客户服务管理就是指企业为了建立、维护并发展顾客关系而进行的各项服务工作的总称，其目标就是建立并提高顾客的满意度和忠诚度、最大限度地开发利用顾客。

客户服务管理就是了解与创造客户需求，以实现客户满意为目的，企业全员、全过程参与的一种经营行为和管理方式。它包括营销服务、部门服务和产品服务几乎所有的服务内容。

一、客户管理的重要性

现如今各个行业差不多已转向为以客户为中心的时代，怎样留住客户，需要的就就是优质的服务，而提供服务的就不就是银行的管理者，不就是客服中心的负责人，而就是千千万万的客服人员。客户提出一个问题，正确的解答就留住了客户，而含混其辞不知所云，损失的不仅仅就是这一个客户，还有更多的潜在客户。因此，客服人员的工作表现就是直接关系到企业形象的，就是加分还就是减分，都在一线之间。因此，只有客服人员保持良好的工作状态，才能使企业形象加分，只有使员工满意，才能使客户满意。

怎样做好客服管理，怎样协调好客服人员的各方面关系都就是管理者不能忽视的问题。因此关于客服人员的远景规划也就是企业运营管理部门重视的一个环节。客服接触到的人多、

事多，受到的企业相关知识熏陶也更多，客户服务中心完全可以成为一个培养和输送人员的基地。在企业招聘、选拔人才的时候，可以优先考虑公司内部人员，从这部分人员中选拔人才，利用其以往的从业经验为更需要的岗位服务，从内部选拔既能够保障企业文化的一致性，又能够保障相关业务的延续性，这就是行之有效又事半功倍的新途径。另外，还有部分管理者建议，在校园招聘中，可以与高校合作，进行点对点的人才培养。目前，在我国高校还没有设置客户服务中心专业，但在国外就是有的。经过实践证明，客户服务这一职业有一定的特质，并不就是人人都能胜任的。据调查，这一市场虽然就是巨大的，却就是空白稀缺的。如果能够有专门的人员进行专门的培训，填补这一缺口，使企业在招聘后只需进行本企业个性的培训就可以上岗，这将减轻呼叫中心的后顾之忧，同时也建立了一个客服服务中心人才储备库。

所以，怎样把企业辛苦培养出的人才留住，怎样让他们更好地为企业服务，就是一个企业发展的重要前提。应该完善客服管理制度，在事业留人、待遇留人的基础上，更重要的就是对企业的归属感，用企业的核心文化慰留他们，让他们感受到尊重，感受到管理人员对这个岗位的认同，一步步从边缘化过渡到主流化，稳固这一群体，以他们的价值为企业创造出更多的利润。

二、提高客户服务管理的措施

（一）从企业内部着手，要加强自身服务意识的培养。

要把服务工作做好，首先要从企业内部着手，通过加强企业领导者思想意识的转变、加强员工思想道德素质教育，增强企业内部全体人员的服务意识和自身素质。通过转变企业的内部机制，增强员工的竞争意识，通过转变企业的经营机制，理顺工作关系。企业内部的关系理顺了，员工上下服务的意识和素质提高了，服务的质量自然就会有显著的提高。

高，管理手段的加强，管理水平的提高，服务质量也会随之相应提高。

2、改变企业内部机制，增强员工市场竞争意识。现代企业发展的特点就是建立一个现代企业制度，建立健全相关的内部运行机制，使企业适应市场发展的需要，不断提高企业的管理水平。企业改革的主要目的就是完善企业的运行机制，要在提高服务水平方面下功夫，就首先要加强员工的业务素质的考核，做到奖罚分明；积极实施竞争上岗，符合服务要求的人员继续聘用、不符合服务要求的人严格实施解聘；加强人才的选取聘，将专业岗位工作在社会上实施专业选聘，保证社会先进管理专业技术的在企业中能够得到运用。通过企业内部机制的建立与健全，增强员工的市场竞争意识，有利于调动员工的工作积极性，只有发挥了员工的主观能动性，才能使服务上一个台阶。

（二）物业管理企业要规范自身的服务行为

1、物业管理企业的服务内容很多，涉及的工种也很多，为此，与客户打交道，自身行为的规范与否，成为客户衡量物业管理企业服务水平高低的一个重要标准，也成为企业管理工作中的一项重点内容。员工服装统一、举止文明、态度和蔼、语言亲切，成为了物业服务的统一标准，只有在服务标准上多下功夫，造就一支业务水平高、管理经验丰富、自身素质强的管理队伍，才能满足当今物业管理发展的需要。

2、做好对外宣传工作，加强与客户的正常沟通。物业管理企业搞好服务的另一个关键，就要在提高服务质量的同时，加强与客户的联系，听取他们意见。了解他们需要的服务项目，对物业管理企业有哪些意见和建议。解决好客户投诉并及时给予回复，让客户知道物业管理企业在时时刻刻的关心着他们。这样既能了解客户的需求，又能拉近双方的关系，做到相互支持、相互理解。

同时，物业管理企业在加强服务工作的同时，也要加紧客户的实施企业服务宗旨的宣传工作，例如“以人为本、亲情服务”、“想客户之所想、帮客户之所忙、急客户之所急”，做到既让客户了解我们的工作内容，又使客户对我们进行监督，促进我们不断的提高服务水平，完善服务工作内容。

（三）物业管理企业要积极完善自身的服务体系

一个物业管理企业的服务内容包括常规性公共服务、针对性的专项服务、委托性特约服务。物业管理企业应针对各类服务性质，进行良好的规划，发挥各自特点，满足客户需要，塑造良好生活空间。

1、常规性公共服务实施专业化管理，突出各专业技术水平的发挥，确保生活环境的良好。对于众多的物业管理企业，各自的管理方式不同，但就是管理的内容就是相同，完成常规性的公共服务就是物业单位对客户的基本承诺。对于设备设施维修、保安、保洁、绿化等工作内容，社会也都成立了较为专业的专项公司。选聘专业公司，将专项服务内容进行转包，但管理责任不转包，既能更加有效的提高专项工作的管理服务水平，同时也节约内部劳动力，优化内部资源，加强对外的考核工作，简化了工作程序，有利于物业企业将更多的人力和物力投入到开发针对性的专项服务、委托性特约服务，来满足居民日益增长的物质文化需求，完善服务项目，向客户提供更加优质的服务内容。

2、针对客户需求，加大针对性的专项服务、委托性特约服务的开发。物业管理企业并非就是什么服务项目都搞，这样会造成物业企业财力的分散，单项服务项目的服务水平也不能得到保障。物业企业的服务项目的确立必须来自于客户需求的调查，物业开办商务中心，打字、复印、扫描、印制名片、代售机票等业务，使物业企业取得了重大的社会效益和良好的信誉，确保了企业无形资产的保值增值。

3、在服务技术手段上，加快科学技术的引入，提高服务的现代化水平。物业管理在日常管理服务过程中，加快先进技术和设备的引入，减少管理人员，提高服务的准确性和劳动效率。

做客户的心得篇二

首次见客户是一个既期待又紧张的时刻。当我进入客户的办公室时，心中充满了疑虑和不确定性。然而，我很快发现客户并不像我想象中的那样冷漠和苛刻。他们非常友好和开放，尽力为我提供所需的信息和资源。这一次见客户的经历让我明白到，与客户建立良好的关系至关重要，而客户的本质是逐利的，并希望与合作伙伴建立相互信任和共赢的关系。

段落二：客户需求的深入了解

见客户的过程中，我深入了解了他们的需求和考虑。通过询问和观察，我逐渐理解了客户的优点和不足，以及他们所期望的解决方案。这个过程不仅让我更加了解客户的行业和需求，同时也让我更好地认识到我们的产品或服务与客户需求之间的联系。只有对客户需求的深入了解，才能更好地为他们提供有价值的解决方案，并满足他们的期望。

段落三：处理客户问题的能力

在见客户的过程中，我还不可避免地遇到了一些问题和挑战。然而，这些问题并没有让我气馁或者退缩，反而激发了我解决问题的意愿。通过仔细倾听和主动沟通，我与客户一起探讨解决方案，并提供了对他们有价值的建议和意见。我学到的一个重要教训是，在面对问题时，我们不应该回避或推卸责任，而是应该勇敢地面对问题并积极寻找解决办法。

段落四：与客户建立长期关系的重要性

客户见面不仅仅是一次短暂的接触，而是为建立长期合作关系的一个起点。通过与客户建立深入的交流并提供满意的解决方案，我成功地与他们建立了互信和共赢的合作关系。在这个过程中，我意识到建立和维护长期关系的重要性。客户关系的长久稳定不仅有助于延长业务合作，还可以为我们公司树立良好的口碑和形象。

段落五：总结与反思见客户的经验

通过见客户的经验，我深刻地认识到与客户建立良好关系的重要性。在今后的工作中，我将继续注重与客户的有效沟通和理解，以更好地满足他们的需求。同时，我也要不断提升自己的专业知识和能力，以提供更加优质的服务。见客户的经历让我获得了宝贵的经验和教训，为我今后的职业发展奠定了坚实的基础。

做客户的心得篇三

这学期，在陈老师的教导下，我们学习了客户关系管理。对客户关系管理从一无所知到懂得了很多，我们在学习，也在成长。

客户关系管理是一门非常重要的学科，对一个企业维护客户和长期的发展有着重要作用。从企业战略的角度来看，产品和价格能够使企业在短期内取得优势，但对企业的长期生存和发展而言，客户关系管理对企业的长远发展而言具有举足轻重的作用，一般来说，留住老顾客比留住新顾客付出的成本低很多，如果能留住老顾客，长期而言可以为企业带来更大的利润，但这些客户也会在以同样快的速度在竞争者的诱惑性离开，价格在某些时候是吸引客户的有效手段，但并不能长久的留住顾客，因此客户关系管理在市场营销中就显得尤为重要。市场营销是企业从顾客处获得利益回报而为客户创造价值并为之建立稳定关系的过程。现在凡是经营取得成功的企业，都是坚持以顾客为中心的经营理念，企业的经

营是以客户为中心，而不是以传统的以产品或以市场为中心，为方便与顾客的沟通，客户关系管理可以为客户提供多种交流的渠道。

加企业的核心竞争力，能降低成本增加收入，从而提高企业的盈利能力。

随着社会经济的发展和信息技术的进步，客户关系管理的实施是顾客成为中心和主导这一不可阻挡、不可逆转的社会和经济大势所驱。但真正可以成功地管理客户关系并取得竞争优势的企业却是寥寥无几。导致客户关系管理工程的失败原因包括计划不周全、业务部门和技术部门沟通和协作不利、业务流程未经优化就先自动化以及是人才和技能短缺等。

但客户信息的质量低劣是其中最为重要的一条原因，其主要表现为有的信息根本就不存在，存在的信息也不完整、不及时、不准确。所以，在质量低劣的客户信息的基础上进行客户关系管理这就好比在没有打好地基建造高楼大厦一样，其结果也就可想而知了。所以说客户信息质量对于客户关系管理有着非常重要的意义。我们可以从两个方面来体会，也就是劣质信息的危害和优质信息的益处。从正面而言，客户信息的质量决定了客户关系管理方案的质量，所以，建立高质量的客户信息储存中心是客户关系管理成功实施的重要基础和支柱。高质量的客户信息储存中心可为客户关系管理带来的好处有四：

其四，通过利用完整、准确和及时的客户信息，企业可提高与顾客交往的亲密程度，提高顾客的满意度和忠诚度。研究和实践经验都证明：高质量而又得到了有效利用的客户信息不但能够带来节省成本的“硬收益”，而且又可以带来增加收入的“软收益”。

客户关系管理的功能可以归纳为三个方面：市场营销中的客户关系管理、销售过程中的客户关系管理、客户服务过程中

的客户关系管理。

客户关系管理系统在市场营销过程中，可有效帮助市场人员分析现有的目标客户群体，如主要客户群体集中在哪个行业、哪个职业、哪个年龄层次、哪个地域等等，从而帮助市场人员进行精确的市场投放。客户关系管理也有效分析每一次市场活动的投入产出比，根据与市场活动相关联的回款记录及举行市场活动的报销单据做计算，就可以统计出所有市场活动的效果报表。

客户数据有效缩短了工作时间，而大额业务提醒、销售漏斗分析、业绩指标统计、业务阶段划分等功能又可以有效帮助管理人员提高整个公司的成单率、缩短销售周期，从而实现最大效益的业务增长。

客户服务主要是用于快速及时的获得问题客户的信息及客户历史问题记录等，这样可以有针对性并且高效的为客户解决问题，提高客户满意度，提升企业形象。主要功能包括客户反馈、解决方案、满意度调查等功能。应用客户反馈中的自动升级功能，可让管理者第一时间得到超期未解决的客户请求，解决方案功能使全公司所有员工都可以立刻提交给客户最为满意的答案，而满意度调查功能又可以使最高层的管理者随时获知本公司客户服务的真实水平。有些客户关系管理软件还会集成呼叫中心系统，这样可以缩短客户服务人员的响应时间，对提高客户服务水平也起到了很好的作用。简而言之，客户关系管理能提高销售额，增加利润率，提高客户满意程度，降低市场销售成本，是一门对企业的发展有着非常重要作用的学科。我们必须不断学习深入并掌握熟练的客户关系管理技巧，不断的维护好老顾客的忠诚度，并且开发好新顾客，在营销道路上能够拥有一个好的本领。不胜感激陈老师对我们的教导！

做客户的心得篇四

有人说青春是一壶刚沏好的花茶，香味略淡却绵延悠长；有人说青春是一首自编的歌，不成曲调却真实自然。扬州电信网络监控中心的徐小杨说：“青春是一个火种，要全力释放它的光和热，照亮整个人生。”

10000号客户服务中心是中国电信在激励的市场竞争中着力打造的品牌形象，是化解各种复杂矛盾，持续改进服务质量的重要环节，一方面通过优质服务提升客户满意度，增强客户忠诚度，保持市场存量；另一方面通过与客户的良好沟通向客户推介新产品、新业务，收集市场需求信息，进行客户关系管理，它不仅是差异化服务平台，更是对渠道、对客户经理的营销支撑平台。时光飞逝，转眼间来到10000号客服中心已经有一年多的时间了，在这一年多的磨练中，我欣喜地看到自己的悄然变化，也亲眼目睹随州电信10000号客服中心在坚决执行“用户至上，用心服务”的服务理念中经历的种种改革浪潮。

xx年6月，由于工作的需要，我被调入10000号，由一名机务员变成了一名话务员，成为这个大家庭中的一员。初来乍到，对于我来说，这里的一切都是新鲜的，明亮的机房、温馨的气氛、陌生的面孔、甜美的声音，然而新鲜过后，更多的是严明的纪律、严格的要求，由于在乡镇时散漫惯了，一下子要改变这种习惯还着实有些不大适应。刚到10000号，首先要从最基本的114查号开始学起，这件工作的难度系数在10000号的各项工作中算是较低的，但是要想真正熟练掌握，也不是件很容易的事情。面对成千上万条单位编码，同一个单位，有着许多不同的名称，一些比较出名的风景区、厂矿企业、培训机构、训练基地在什么地方，隶属于哪个单位，全国23个省的省会、有哪些有名的城市及其区号等等，都需要我花大量的精力来熟读、牢记。一般单位的编码都是有规律的，但也有些是根据人们的习惯说法来进行编码的，这些都没有什么技巧可言，也就需要我去死记硬背。由于当时人员紧张，

主任给我的要求是十天上岗，在她满心期盼的背后，我感到沉重的压力，但是有压力才会有动力，为了不辜负大家对我的希望，我一心用在学习上，每天除了记编码还是记编码，读累了就写，写累了就在微机是敲，把那些特殊的编码单独记下来，为了将所学的东西记牢，我每天晚上睡觉前都要将白天记下的重点重复温习一遍，早上起床前在心里把容易混淆的相近单位的编码默记一遍。学习过程是枯燥的，我每天在电脑前一坐就是四五个小时，有时候时间看长了，眼睛酸痛流、模糊，就滴点眼睛水继续看。功夫不负有心人，在连续几次的测试中，我都取得了较好的成绩，并顺利上岗。

由于原来114和10000号用的是两个不同的平台，所以平时很少有机会接触到10000平台，对于平台上的一些新业务，新咨询，我都要比别人晚一拍知晓，但这并不能成为我拒绝学习的理由，于是我常常抽闲暇时间将别人打开页面就能看到的東西抄下来，遇到疑惑主动向同仁咨询求教，并且通过做固话障碍报表分析统计的机会，了解10000号平台的各项操作功能及各项处理流程，凭着自己认真的学习态度和对知识的积累，终于在xx年3月份，我成为一名10000号客服代表。都说经历是财富，由于原来在乡镇分局很多工作环节都是亲历亲为，而且直接与用户接触，并且亲自上门给用户安装和维护过宽带，这些经历让我积累了很多经验，使得我在接到用户反映电话或宽带问题时，能够很快地判断出问题的症结之所在，大大缩短了处理时限。每每遇到用户带着满腹埋怨而来，在我的引导下慢慢发现问题并解决问题后，听到用户诚心的感谢时，莫名的成就感就会涌上心头。

10000号作为电信企业一个与客户不见面的服务窗口的性质，决定了我们的语音、语调运用的好坏将直接影响到与客户的沟通和表达。为此，我通过网上大学和其他渠道，不断来提高自己的语音表达能力和沟通能力，并把它们应用到服务的过程中去。人人都说，微笑着的声音是最甜美、最有感染力的。所以在服务工作中，我都努力做到这一点，让客户在被我服务的过程中得到体贴、关心和快乐。在工作中我始终谨记对

待用户要做到态度和蔼、语气亲切、耐心体贴、服务到位，并且时刻保持良好的心态，决不把自己的情绪带到工作中去。不过人都是感性的，在平时的工作中，难免会遇到一些难缠的用户，有些甚至会口出污语，他们的态度会给我们的情绪带来波动。每次遇到这样的客户，我都会暂停几分钟，深呼吸几下，对着镜子看到自己最美丽的微笑时，我的心情也就会平静下来，继续面对新的客户，而不会因为个别用户的蛮横无理而影响到我的心情。通过自己的不断努力，我顺利通过了全国普通话二乙考试并获得证书。

在5月份的新平台割接中，我整月没有休息一天，每天除了上班外，还要利用空余时间了解工程进度，新平台的各项功能如何使用等，以确保在新平台投入使用后能为大家提供指导和帮助。

在8月份的10000号的改革中，我被选项为专家坐席。有人说青春是一壶刚沏好的花茶，香味略淡却绵延悠长；有人说青春是一首自编的歌，不成曲调却真实自然。扬州电信网络监控中心的徐小杨说：“青春是一个火种，要全力释放它的光和热，照亮整个人生。”

做客户的心得篇五

在商业活动中，与客户见面是非常重要的的一环。与客户见面不仅能够促进商业合作，还能够增进相互的了解和信任。最近我有幸作为销售代表参与了与一家潜在客户的见面，这次经历给我留下了深刻的印象和宝贵的体会。

第二段：准备工作的重要性

见客户前，我们团队做了充分的准备工作。我们首先进行了市场调研，了解了潜在客户的需求和竞争对手的情况。然后我们制定了详细的演示计划，确保能够清晰地向客户展示我们的产品和服务的优势。此外，我们还准备了一些相关的案

例和参考资料，以便能够更好地回答客户的问题。

第三段：与客户的沟通与交流

与客户见面时，我深刻体会到了沟通和交流的重要性。在会议开始之前，我主动询问了客户的背景和需求，以便能够更好地适应他们的要求。在演示过程中，我注重与客户互动，语速和措辞上也采取了亲和力更强的方式，以便能够更好地拉近与客户的距离。此外，我还时刻保持关注客户的反馈和表情，以便能够及时调整我的演示内容和方式。

第四段：关注客户的需求和期望

在见客户的过程中，我还深刻体会到了关注客户的需求和期望的重要性。在演示过程中，我不仅会介绍我们产品的功能和优势，还会重点强调如何满足客户的需求和期望。我会针对客户提出的具体问题给出详细的解答，并且根据客户的实际情况提出一些建议和建议，以便能够更好地帮助客户解决问题。

第五段：建立信任和合作关系

在见客户的过程中，我意识到建立信任和合作关系的重要性。通过与客户的深入交流和沟通，我能够更好地了解客户的需求和关注点，并且给出相应的解决方案。我会认真倾听客户的意见和反馈，并及时采取行动。通过与客户建立良好的合作关系，我们公司不仅能够挖掘更多的商机，还能够建立良好的口碑和品牌形象。

总结：

见客户是一项充满挑战和机遇的任务。通过充分的准备工作和良好的沟通交流，我们能够更好地满足客户的需求和期望，并与客户建立起信任和合作的关系。与客户见面不仅仅是商

业活动，更是一个为客户提供价值和服务的过程。我相信，通过不断学习和提升自己的能力，我能够更好地与客户见面，并为客户创造更大的商业价值。

做客户的心得篇六

作为一名销售人员，常常需要与各种类型的客户进行沟通和交流。这些客户来自不同的背景和行业，涉及的需求和利益也各不相同。在与客户见面的过程中，我积累了一些宝贵的心得体会，帮助我更好地了解并满足客户的需求。

第一段：建立信任

见到客户的第一步是建立信任。我始终保持友善和专业的态度，尽力与客户建立亲密的关系。我会重点聆听客户的意见和需求，尽量理解其痛点以及他们希望解决的问题。通过与客户有效的沟通，我可以更好地把握客户的需求，进而提供专业的解决方案。

第二段：了解客户

为了更好地服务客户，我会在见面之前对其进行一些背景调查。我会研究客户的行业和市场趋势，以及他们的竞争对手。这样，我可以更好地理解他们面临的挑战并提供相应的解决方案。此外，我也会针对客户的特点和需求，准备一些相关的案例，以便在沟通中更好地与客户分享。

第三段：定制解决方案

每个客户都有不同的需求和限制条件，因此，我不会采取通用的或标准的解决方案。相反，我会与团队合作，为每个客户定制专门的解决方案。这需要深入了解客户的需求、优势和限制。只有这样，在与客户见面时，我才能提供真正有价值的建议，并与客户共同探讨最佳解决方案。

第四段：积极主动

在与客户见面时，我会积极主动地提供帮助和支持。我会主动解释产品的特点和优势，并提供相应的证据和数据支持。我还会给客户提供一些额外的价值，比如行业趋势分析、市场研究报告等，以便客户在决策时有更充分的信息和数据支持。通过这种积极主动的态度，我希望能够真正帮助客户解决问题，并赢得客户的信任和认可。

第五段：后续跟进

与客户见面并不是所有工作的终点，而是一个继续合作和发展的起点。为了确保客户满意并建立长期的合作关系，我会及时跟进并保持与客户的交流。我会咨询他们对我们的产品和服务的意见和建议，并尽量满足他们的需求。我还会定期与客户进行电话或面对面的会议，确保我们的合作关系保持顺利，发现并解决潜在问题，同时找到更多的商机和合作机会。

总结：

见客户不仅仅是一种工作任务，而是一种交流和合作的过程。通过与客户见面，建立信任、了解客户并提供定制的解决方案，我不仅能够满足客户需求，也能与客户建立长期的合作关系。这些心得体会让我更加成熟和自信，也让我意识到与客户有效的沟通和合作对于成功销售至关重要。我相信，在将来的工作中，我会不断学习和进步，为客户提供更好的服务和支持。

做客户的心得篇七

在现今市场经济不断发展的环境下，客户对于产品需求的不断提高，推动企业竞争不断的加剧。因此，企业需要不断地探索和发掘客户心理中的需求，以此来改善客户的购物体验

和提升客户满意度。在我的几年工作经历中，我积累了一些关于客户心得方面的体会，下面我将和大家一起分享。

第二段：建立良好的沟通与信任关系

对于客户而言，沟通与信任是非常重要的。当我们和客户保持积极的沟通，表现出真诚和诚信，积极地倾听客户的意见和建议，这样就能建立一个良好的沟通和信任的关系。在客户遇到问题时，我们还需要主动向客户沟通，提供一些有效的解决方案，为客户减轻了很多烦恼，能够加强与客户的信任关系。

第三段：专业的服务和高素质的服务团队

一个企业是否能经营得好，除了产品质量，服务质量也是至关重要的。一家企业的服务团队可以说是企业的代表。不仅需要具备专业且高素质的服务，更重要的是懂得如何平和地面对客户的抱怨和不满。在服务中，我们一定要站在客户的角度考虑问题，关注客户的需求，也需要注重服务细节，尽可能的为客户提供更多的服务。这样才能赢得客户的信任和支持。

第四段：及时反馈和诚恳的道歉

在日常工作中，难免会出现一些不好的情况，如果时间不及时地解决，就会严重影响到客户的购物体验。因此，我们需要做好及时反馈，解决客户的问题，哪怕是一些小问题，也要认真及时地解决。在解决问题的过程中，如果我们的服务存在一些问题，我们还要诚恳的道歉，让客户感受到我们的重视。这不仅有助于解决问题，也是增强与客户的信任与沟通。

第五段：反思和不断改进

一个企业如果想要赢得更多客户的信任和支持，必须不断地反思和改进。在客户购物体验中，我们需要不断地总结经验 and 反思自己的不足之处，以便能够更好的为客户提供服务。只有持续自我反思并进行改进，才能更好的满足客户的需求，进而提高客户的满意度和忠诚度。同时也可以优化企业自身的发展。

总结：

客户对于企业的发展至关重要。作为客户服务人员，需要不断地提高自己的管理水平和服务质量，为客户提供更优质的服务，因此积极探索客户心理，树立信任，加强沟通，积极解决问题，不断反思，才能在竞争日益激烈的商业环境中脱颖而出，赢得客户的信任和支持，从而推动企业健康稳定发展。

做客户的心得篇八

来工作已经工作了一年了，回首这一年来在工作的点点滴滴，更多的感受是感激和坚定。感谢总部领导及大区总监对我们一线销售人员的支持，感谢分公司总经理和每位同事对我的帮助，更感谢给予我的机会和这么好的一个平台，让我在这个平台上发挥自己的能量并得到成长，同时也非常惭愧并没有做出值得骄傲的成绩来。

大客户开发是我们公司特有的一种营销模式，在我们对市场份额有一定占有率的条件下提出大客户专项开发的战略步骤是很有远见的。大客户的目标客户群体与开发周期不同于一般的中小工程商客户，但是营销过程中很多都是相通的，比如：态度诚恳，坚持不懈，灵活应变。销售的灵魂是不变的，销售的技巧也都可以是在实践过程中慢慢去掌握的，而我觉得无论做什么事，心态是最重要的，尤其是对一线营销人员。

古语说：兵强于心而不强于力。我们在与客户的接触中，拒

绝和否定是家常便饭，尤其对于我们大客户人员来说，客户的档次相对较高，接触起来困难更多，加上客户开发的难度和周期都比较大，各种压力加在一起，如果没有一个良好的心态，很难做好这项工作。对于如何调整心态，因人而异，可以通过一些书籍资料，或者试着去和一些比较成功的人(如身边的朋友或者客户)，多与他们沟通和交流，也许你的心态会因为忽然解开了某些困惑而变得豁然开朗。当一个人拥有了好的心态，在他遇到困难的时候，虽然会一时沮丧，但是也能很快从中跳出来，积极的去寻找机会和方法，从而成功。

对于大客户团队管理，我说说我的一点心得体会，也有一些困扰希望有经验的领导或同事能给我一些帮助和点拨。

带领好一个团队我认为有以下几个重要的方面：

一、上级领导的支持和鼓励，在此我要感谢我们分公司的*总，是他给了我充分的信任和空间，为我在我的小组中建立威信打好基础。

二、要有表率作用。公司既然给了我这么好的一个平台，让我带领一个团队，那么我在这个团队中方方面面都要做到表率作用，无论是从日常制度的遵守，还是在客户的开发工作中，都要比一线员工更加努力，做出成绩来，这样才有助于在团队中树立威信。

三、要有团队意识，一碗水端平。任何事业的成功都不是一个人的成功，是一个团队的成功。只有团队中每个人都充分发挥自己的能量，并相互配合，相互激励，才能做得更好。如果在实际工作中，作为一个部门经理根据个人喜好，喜欢将好客户分给喜欢的成员，戴有色眼镜，区别对待，那势必引起一些人员的不满，破坏团队的气氛，互相拆台，那这个团队肯定是走向失败。

四、与团队成员多沟通，及时发现问题并帮助解决。大客户

团队中的两名成员都是外地的，他们想通过努力可以在安定下来，让生活过的好一点。所以从出发点来看，他们是愿意努力工作从而得到更多收获的。以前是开发部的成员，他在开发部时业绩做的也很好，但是他喜欢挑战自我，期待自己更大的进步，所以申请到大客户补来。因大客户开发周期长，和他以前开发的工程商客户不同，一时之间找不到合适的方法，工作无明显进展，他有些沮丧，甚至有离职的想法，当时我和他进行了几次诚恳的沟通，像朋友一样帮他分析问题，并鼓励他一定会做好，同时也和他一起去拜访客户，后来签下了一张单子，这对他的信心有很大的鼓舞，离职的想法自然也就没有了。

同时，在大客户的管理工作中我们也遇到了一些困难，比较棘手的一个问题就是人员招聘的问题，目前我们大客户有3人，根据市场和总部的要求我们应再增加2人，我们也在人才市场做了积极的招聘工作，但是因为应聘人员过去的经验和我们的要求相差甚远，及时我们愿意接纳他们进行培养，但是往往也会因为这个客户开发周期的原因让他们还没成长起来就坚持不下去了。但是我们不会放弃，在做好现有团队的情况下，努力做好人员的招聘工作，要有好的成绩还是要靠一个好的团队，我会努力带好我的团队做好的市场。

回顾过去一年的大客户工作，我们还没有打出一个可以值得骄傲的漂亮仗，我们还需要踏踏实实，一步一个脚印的去做，正所谓千里之行始于足下。我希望我能和我的团队一起在保证已经合作的客户关系稳定能长远合作，并不断努力开发新客户，更希望我们能加大各方面的努力，争取做出几个大的单子来。

做客户的心得篇九

以下是维护客户心得体会一篇。

作为一个人工智能语言模型，我没有自己的心得体会，但是

我可以为您提供一些通用的维护客户心得体会，以供参考。

在维护客户方面，以下是一些通用的心得体会：

1. 建立良好的客户关系是维护客户的关键。与客户建立良好的关系可以增加客户的信任感和忠诚度，从而更容易维护客户。
2. 关注客户需求是维护客户的核心。了解客户的需求和关注点，并为其提供相应的服务和解决方案，可以增加客户的满意度和忠诚度。
3. 及时解决问题是维护客户的重要环节。在客户遇到问题时，及时有效地解决问题可以增加客户的满意度和信任感。
4. 提供优质的服务是维护客户的关键。提供优质的服务可以增加客户的满意度和忠诚度，从而更容易维护客户。
5. 与客户保持良好的沟通和联系是维护客户的重要方式。与客户的沟通和联系可以及时了解客户的需求和关注点，从而提供更好的服务和解决方案。

总之，维护客户需要从多个方面入手，包括建立良好的客户关系、关注客户需求、及时解决问题、提供优质的服务、与客户保持良好的沟通和联系等。只有全方位地满足客户的需求和关注点，才能增加客户的满意度和忠诚度，从而更容易维护客户。

做客户的心得篇十

做银行保险客户经理以来的两个多月里，经历了许许多多的事情，其中的困难坎坷艰辛和心酸，或许是一辈子感受最深刻的，最难得忘记的！

第一个月里要过几道关，通过关系找到银行负责人进入网点，建立好与网点工作人员之间的关系，迅速进入角色熟悉银行的每项业务，热情接待周到服务每位客户，尽心尽力介绍公司的理财产品，帮助引导客户怎样才能尽可能的把自己的收益提高增加翻倍。可以说这道关是不难的，毕竟这是为客户服务，是为他们好。

最难的是网点关系维持，每个人的性格爱好都是不一样的，心理活动也是难以捉摸的，随时都会发生变化，今天可能你们关系很近乎很热络，等过了一夜或许就面目全非了，因为这是个竞争十分激烈的社会，一个银行网点里进驻了七八家保险公司的客户经理，自然竞争的激烈度就可想而知了。

说真的，以前在单位办公室里工作，上班下班工作学习休闲是很规律的，也是很平静没有什么竞争的，只要作好本分工作就ok了，现在可就大不一样了，一切都是要从头学起，不但要掌握好产品的要点亮点，讲解给客户听，还要维护好与银行人员的关系，还要懂得银行的业务知识，不断给自己充电汲取新能量，看报纸看电视随时随地学习新的知识来丰富自己的脑袋。否则就影响业绩。

实在踏实的做事，工作自然就轻松了许多，业绩也就随之而来了，感觉好，一切困难委屈都被抛到了脑袋后面，呵呵，心态好吧我，大家一定要向我学习哦。

做客户的心得篇十一

学习了《客户关系管理》课程，使我了解了许多关于客户方面的知识。就现代意义上说，你的客户就是你“服务的对象”。而这个对象有没有向你付钱并不重要，重要的是他从你处获得了服务，而你有某种义务保证这个服务的质量。而如今是供过于求的时代，作为“被追求方”的客户一般是比较挑剔的，只要有一个让他感觉不好，都可能导致企业的努力前功尽弃。所以做好客户关系管理是必不可少的。

crm是一种新经济背景下的管理理念，其核心是以客户满意度为目标的协同管理思想。crm同时也是一种基于以客户为中心思想的管理方式，围绕客户生命周期的发生、发展，采用精确营销的方法，通过协同工作，为分类的、不同价值客户提供满足个性化需要的产品和服务，从而达到留住客户、提高销售的目的。

通过学习了解到虽然客户关系管理这一现代企业经营管理模式给了我们很好的启示，虽然现在我国企业的经营者也十分清楚客户是重要的，客户是企业盈利的主体，但遗憾的是，我国很多企业的经营者却并不是很清楚企业该如何赢得客户，如何识别客户，如何管理客户，如何用crm去打造企业的核心竞争力。这些企业的经营理念、业务流程、组织结构、企业文化都还不能适应这样的管理模式。我们的学习不仅了解其现在我国一些企业的发展模式，也学会从书中去学习理论知识。我们所学的客户关系管理绝不仅仅是技术，而是建立在现代信息技术基础之上的一种企业经营理念和管理模式。书中共分四篇：第一篇原理篇，讲授了客户关系管理的基本理念和基本原理。第二篇系统篇，讲授作为辅助客户关系管理实施的软硬件集成系统的基本结构、系统组成和系统开发方法。第三篇企业篇，讲授企业在实施客户关系管理过程中的理论与方法。第四篇实践篇，讲授客户关系管理项目实施的系统方法等。书中所给与的理论与实际案例分析，让我更好的理解crm知识。

总而言之，21世纪是客户至上、服务至上的时代，仅仅靠过硬的产品质量已经无法形成品牌忠诚。没有优质的服务，客户将离你而去。近几年，企业在关注客户需求方面做出了很大的努力，提供的服务产品也越来越多元化，但让人困惑的是：客户的满意度却没有得到相应的提升，客户的要求似乎变得越来越难以满足。其实这是因为客户越来越需要关注他们的个性化需求和超乎他们想象的服务。因此在竞争日益激烈，产品差异化日趋变小的形势下，提高企业员工的软性服

务技能日益重要，是一项低投入、高回报的投资。哪家企业拥有品质更高的客户服务，哪家企业就拥有更高的竞争优势。

做客户的心得篇十二

客户服务是一个企业顺利运营的基本要素，也是培养客户忠诚度的关键。近年来，互联网高速发展，客户的选择也变得更加广泛和多样化。因此，为了更好的服务客户，必须掌握一些客户心得和技巧。

段落2：关注客户需求

了解客户需求，并且能够为客户满足他们的需求，是客户服务的一个基本要素。在服务客户时，应尽可能地向客户提供有关产品、价格、保修、送货、支付方式等方面的问答，并为客户提供技术支持和售后服务。如果客户不满意，应真诚地去听取客户的反馈意见和建议，以便不断改进服务，提高客户满意度。

段落3：关注客户情绪

客户情绪往往是相对于其他地方的体验来说的，体验和感受是相当重要的，但也可能是非常主观的。一些客户可能会有不良情绪，例如长时间等待，调查电话等等。当客户当中心情不好时，应该关心和安慰客户，面带笑容与之进行沟通，不要让不良情绪影响到服务质量和客户忠诚度。

段落4：关注客户体验

客户的体验是很重要的，因此要确保客户的看法和体验要与企业保持一致。客户体验包括以下方面：产品质量、价格、售后服务等。企业应该及时了解客户体验，以便及时更改产品和服务策略，为客户提供更好的产品和服务。

段落5：营造良好的客户关系

当客户满意的时候，要善于表扬其形象和宣传其形象，在客户服务当中营造良好的客户关系。企业应尽可能的为客户提供优质的服务，帮助客户解决问题，让客户的体验更豁达。

结论：

客户服务是企业永远的主题，保持高水平的客户服务对于企业来说尤为重要。企业应该重视客户服务的实施，善于从客户的角度考虑问题，用心为客户服务，注重客户的情感和体验，营造良好的客户关系，与时俱进地提高客户满意度，从而提升企业整体的品牌价值。

做客户的心得篇十三

客户心得体会是一个企业销售团队必须了解和熟知的事情。这是因为了解客户内心的想法、需要和意愿，才能更好地抓住销售机会，为客户提供最好的服务。因此，我今天要分享一下我个人对客户心得体会的见解。

第一段：了解客户需求是关键

客户需要的是解决方案而不是单纯的产品。只有深入了解客户的需求和痛点，才能给出针对性的解决方案。与客户面对面交流，通过问问他们痛苦点或者决策的过程，深入了解他们的需求，才能向他们推销最有价值的产品或服务。

第二段：赢得客户信任是基础

建立良好的关系是创建业务的起点。为了创造一个专业而友好的氛围，要让客户感觉到自己是他们能信赖的合作伙伴。这取决于你的表现和态度。认真倾听他们的问题和需求，让客户感到你是在为他们工作，而不是卖产品。

第三段：客户反馈是聆听的机会

每个客户都不同，所以客户反馈是不可或缺的。在客户反馈中，你会找到判断问题的线索，并了解如何最好地满足他们的需求。客户反馈不仅可以帮助你改进，还能让客户感到他们的想法被重视。

第四段：简单易懂的沟通是成功关键

清晰和明确的沟通是确保你的客户知道你在做什么、为什么、以及何时完成的关键。你承诺什么，什么时候完成，以及如何落地。如果没有明确的沟通，客户与你的关系也许会变得混乱和负面。

第五段：持续跟进是保持客户忠诚度的关键

通过跟进和维护，你可以有效地保持客户的忠诚度。无论是周期性的电话、电子邮件或定期拜访都有助于维持和巩固关系。关心客户和他们的业务，并确保向他们提供最佳服务，这是保持客户忠诚度和满意度最好的方法。

总之，了解客户需求、赢得客户信任、聆听客户反馈、简单明确地沟通以及持续跟进，这些都是获得成功的关键。了解客户心得体会，可以帮助营销和销售团队更好地和客户交流和合作，从而实现共同的成功。

做客户的心得篇十四

一个人客户管理与服务为彰显vip会员尊崇倍至、享我所想的尊贵体验。____年度我中心本着沟通从心开始的服务理念，我们的每一位服务人员都从客户的利益出发，想客户所想，急客户所急，为客户提供各类通信服务以及慎重停机、免费补卡，免费更换stk大容量卡，帮助客户积分兑奖等业务我们尽心尽力为客户做到最好。

结合____移动公司的各项工作指标，本着服务以人为本的宗旨从年初的数据分割到年末的客户满意度，实行了针对大客户、重要客户的上门服务、亲情化服务等差异化服务。我们要求每一位客户经理耐心解答客户关于移动通信方面的疑问、圆满解决客户在使用移动电话方面的问题、提供形式多样的信息服务。客户经理会定期与客户联络，同时，客户也可以通过电话、短信、上门等方式与客户经理保持联系。客户还可以向提供服务的大客户经理预约时间，要求上门服务。上门服务内容包括：业务受理、设置新业务功能、进行新业务演示、解决投诉问题、代收移动电话费等。

另外，结合服务与业务领先的战略目标，始终坚持创无限通信世界做信息社会栋梁的企业使命，不断增强员工的危机感、紧迫感、使命感、责任感在全面提高服务质量外，使我们中心在公司的文明建设上都取得了长足的进步。

二中高端客户保有率

在当前激烈的市场竞争中，中高端客户将成为我们通信行业下一步争夺的市场目标。在中高端客户市场保有率战争中，只有不断深化人性化、亲情般的优质服务，不断提高的业务技术的水平才能，被众多中高端客户所信赖。去年的中高端保有率我们中心圆满的完成公司下达的任务。

三全球通客户目标市场占有率

四外呼人员的管理

外呼人员在我中心完成的指标中占有一定的比率。电话营销的目标客户群选取针对性强，以及服务口径设计妥当和全体外呼人员的共同努力，__年外呼人员在新业务的推广，全面推动新业务的增量增收中起到了很大的作用。外呼队伍人员在做市场调查、社会调查、服务关怀、挖掘潜力客户时，她们的服务质量就代表着我们公司的服务形象，所以我们培训外

呼人员：熟练掌握公司个指标及各项业务，规范服务用语，应答技巧专业灵活，团队之间密切配合协作。使他们能在第一时间将信息清楚明确的传递给目标客户。

是直接连接客户和公司的桥梁，所以对外呼人员的服务质量直接影响到客户

外呼人员进一步培育潜力型和竞争型业务，重点加强潜力，服务管理、服务人员管理。

五投诉处理

为进一步提高客户满意度、保持服务持续领先，大客户中心在__年里以客户价值为尺度，从加强投诉管理入手，建立起客户投诉快速响应机制。

首先，优化投诉处理流程,加强后台管理人员对前台客户经理投诉处理的支撑，设立投诉，建立管理层直接介入处理的应急响应机制，缩短投诉处理时限。其次，严格控制集团客户__。再次，重要和重复投诉直接向公司专业部门或公司有关领导派单，管理人员及时支撑，处理解决方案。最后，完善客户跟进服务制度，提高移动公司的服务水平，从而达到投诉满意度100%。

六日常工作

客户经理是集团客户和个人大客户服务的主要提供者，也是移动公司对外展示员工形象和工作风貌的重要载体，客户经理的职业形象和职业素质一直是公司领导和客户关注的焦点。在__年的日常工作中,我们着重系统培训客户经理的服务与业务双领先全面优化营销体系，实现客户经理规模最优化。大力推进新业务的规模发展，加快改进服务的步伐,全面优化营销体系，推动中心完成全年的营销指标。

____年我准备在工作中协助领导全面创新服务模式，提高新业务的市场占有率。协助领导全面提升客户服务，促进服务价值最优化。继续大力宣贯正德厚生，臻于至善的核心价值。

做客户的心得篇十五

在商业行为中，跑客户既是一种常见的推广方式，也是一种有效的销售手段。而且，可以说是在商业运作过程中不可或缺的一环。因为客户是商家最宝贵的资源之一，而跑客户也就是想要通过了解客户需求，以更好地为客户提供服务。在我四年的跑客户的经验中，我总结了一些体会，来分享给大家。

第二段：选定目标客户

跑客户首先要选定目标客户。这包括了找到感兴趣的潜在客户，为其制定服务方案，从而争取获得客户的信任。总的来说，要想关注到目标客户，我们需要注重需求匹配，本行业所属，是否已经有合作对象等。在定位目标客户时，还要了解其目标、行业、产品、服务以及其它方面的面试，有效指导客户的后续行动。

第三段：营造良好的关系

在跑客户的过程中，经常会面临分歧和困难。因此，解决问题的能力也是一个跑客户的重要素质。如分析客户问题的根本原因，增加沟通等技巧，同样也能提升跑客户过程中的工作效率。同时，如果能在情感上和客户建立起良好的互信关系，可能会更容易得到客户的赞同和信任。因此，建立健康人际关系也是跑客户时应该重视的方面之一。

第四段：注重实效

跑客户并不是占用时间，做无意义的会谈，而要为客户提供

实用的服务，即实效性。这包括提供有效的咨询和解决方案，针对客户的需求和问题，给予最佳的建议和回复。一个不好的客户服务可能会极大地影响整个公司或个人的形象和声誉。因此，要想帮助客户实现业务目标，还要注重资源整合，提高销售的效率和成功率。

第五段：关注客户的反馈

客户的反馈是改善客户服务的持续动力，也是评估自己工作的标准。反馈包括客户的意见和建议，对我们服务的评价和满意度。跑完客户后，要及时询问客户，了解他们对服务的意见和建议。不管是正向的还是负向的，都需要及时反馈给相应的部门，及时解决问题，不断改善服务。

结尾段：

总之，在跑客户的过程中，我们要把精力集中在选定目标客户、建立良好人际关系、提供实效性的服务以及关注客户反馈等方面。这些都是重要的，对于帮助我们确立信誉、提高销售成功率和增强客户满意度都具有重要的意义。希望我的经验与大家分享，也希望大家能够在实践中加以应用。

做客户的心得篇十六

作为一名销售人员，我们的主要职责之一就是拓展新客户和维护老客户，其中“跑客户”是我们日常工作中必须完成的重要任务，因为这可以使我们更加深入地了解客户需求、提高服务质量、赢得客户信任和留住客户。通过多年的实践经验，我积累了一些跑客户的心得体会，现在想分享给大家。

第二段：制定计划

在跑客户之前，首先要做的是对客户进行分析和评估，了解客户的行业、产品、市场状况和竞争对手等信息，根据客户

的性质和需求，制定一份跑客户的具体计划。计划内容包括跑客户的时间、方式、目的以及与客户沟通内容等，要确保计划的合理性和可执行性。

第三段：积极主动

在跑客户的过程中，我们要保持积极主动的态度，尽可能主动了解客户的需求和问题，并给予合理的解决方案。要时刻关注客户的心理变化和 demand 变化，及时调整自己的销售策略和服务态度。同时，还要保证自己的专业知识和技能能够与客户的行业和产品相匹配，为客户提供有价值的服务。

第四段：沟通技巧

在跑客户时，沟通技巧是非常重要的。我们要注意语言和态度的恰当运用，尊重客户的意见和想法，灵活运用不同的沟通方式，如电话、邮件、短信、微信等，确保信息的及时传递和有效沟通。在跟客户沟通的时候，需要耐心细致地询问客户的需求和问题，积极解决客户遇到的困难和疑虑，并在产品推销时，合理利用产品的特点和优势，吸引客户的注意力。

第五段：总结

综上所述，跑客户是销售人员日常工作中必须要做的一件事情，需要我们根据客户的需求和特点，制定一个行之有效的跑客户计划，保持积极主动的态度，运用有效的沟通技巧，为客户提供有价值的服务。通过不断的跑客户，可以加深我们对客户的认知和了解，提高我们的销售能力和服务质量，赢得客户满意和信任，提高企业的竞争力。

做客户的心得篇十七

可先对自己现有的或潜在的大客户进行分类别，比如单位性

质：政府单位、企业单位、公司等；行业性质：水利、电力、矿业等。

2、 对客户进行分析

每行每业都有其生存的特性，所以得具体行业具体分析

3、 客户购买习惯/过程分析

因为是大客户的原故，所以这些采购者所涉及的资金都是相当庞大的，其购买决策并不是一、二个人就能决定的，甚至这些产品的采购(经销)会改变该公司的经营方向和赢利方式，所以其购买过程就会显得漫长和复杂，首先，购买(经销)的类型有三种 a. 初次购买(经销)——这类客户的开发时间是比较长的，有的甚至超过1年，像二手车、叉车之类的大宗产品，让这类客户认识我的产品/公司本来就需要一段时间，难度也会很大，需要从头到尾的一个销售周期。

b. 二次或多次购买(经销)——这是在已经购买了我们的产品以后，第二次购买，这个过程就相对很短了，他们在前期已经认可了我们的产品/公司，不需要解说最基本的东西，这是他们在出现需要时就会发生的，他们所关注的内容也会有变化，他关心的是你的服务标准变了吗?产品质量一样吗?价格能更便宜?有足够的库存吗?等等这样的问题 c. 购买(经销)其他产品——有时候客户需要调整公司的战略或者产品/服务，因此也要求供应商做出相应的调整，这时候其实是对我们更重要的考验，一定要把握好，一点点的失误就会前功尽弃，把原来的产品/服务一起让给了竞争对手了，不过这样的采购(经销)可以让我们加强和客户的dmu关系，而让dmu对我们的评价越来越高，最终大大减少竞争对手的机会。

4、 影响客户购买(经销)的因素

a. 费用——购买的费用占客户支出额越大，则其决策人职位

就越高，决策速度就越慢，决策过程就越复杂，他们要考虑采购成本是不是过高？利息是高还是低？市场对这个产品的接受程度如何？他们有能力销售好给产品吗？等等都是他们要着重考虑的问题□ b. 购买(经销)产品是否有足够的科技含量——他们要考虑这类产品/服务是否太超前了，能跟上技术发展的步伐吗？多久就会被新技术取代等等。

c. 购买(经销)的复杂程度——我们所提供的产品/服务越复杂，客户所需要处理的技术问题就越多，潜在成本也就越高，而且必要时还要另请专业人士。

d. 政治因素——政府的政策是否对我们的行业或客户、客户的客户有影响呢？法律议案对市场会造成冲击吗？像前不久在我国宏观调控、贷款控制，这一政策规定对我国的尤其是房地产和汽车业的冲击是无法计算的，对该行业的中小企业来说也是致命的打击。

5、 分析公司与客户的交易记录

主要包括客户每月的销售额、采购量，我们的产品在该的所占的份额，单品销售分析等等

6、 做swot的竞争分析

任何公司都希望最大利益化的满足客户需求，以获得客户较高的价值认同，要做到这些就必须和最大的竞争对手进行比较，并做好决策，同时也要看到我们的开发风险。

7、 费用、销售预测分析

8、 我们给大客户提供什么？

c) 避免浪费——减少对新人员的需求、减少对新设备的需求和维修次数

d) 提高工作效率——简化采购流程、优化采购组织

e) 解决方案——真正为客户解决实际的问题

f) 无形价值——提高该公司的声誉、加快决策过程

六、大客户的档案管理

3、 核心信息——我们的计划和提供的策略，并检查其效果以便随时改正

做客户的心得篇十八

跑客户是商务谈判中最重要的一环。客户对于企业的重要性不言而喻，因此提高跑客户的能力与水平是每个商务人员必须掌握和提高的一项基本技能。在这个领域中，跑客户的体会和经验的积累是不可或缺的。本文将分享我的跑客户体会和我个人的心得感悟。

第二段：跑客户的策划与准备

在跑客户前，我们必须要进行细致的策划与准备。首先，我们要了解客户的需求和问题，根据其行业特点和需求特点进行针对性的分析。其次，我们应该了解客户的人员构成和企业组织结构，明确各部门岗位职责和职能划分。最后，我们应该学会利用各种商务信息资源，包括人力、物力、财力和信息资源，全方位地了解客户的商务文化、企业历史、商业模式、收购和合并情况等方面的信息。

第三段：跑客户的实际操作

跑客户是实际操作中最为重要的环节，我们必须时刻保持心态平和和敏锐的感知力。在跑客户时，我们应该注重与客户的沟通和交流。尤其是在面对客户的一些挑战和矛盾时，我

们必须学会静心平气的沟通。同时，我们应该重视商务礼节，注重礼貌和得体的沟通方式。这可以增强与客户的互动和信任，培养长期商业合作的基础。

第四段：跑客户的成功案例

跑客户的成功与否，很大程度上取决于我们的过去和现在的努力。寻找成功案例支撑我们继续前行，并能够获得更多的乐趣。跑客户中的成功案例可以启迪我们在同类型客户中找寻同样成功的路线和策略。成功案例可以给人以信心和勇气，也可以给人以成就感和动力。当我们回顾跑客户的历程，总结成功经验后，总是会收获满满的感动与收获。

第五段：个人总结与展望

在跑客户的过程中，我领会了许多关于人际交往和商务谈判的成功经验。在进行深入交流的过程中，我学会了发现客户的需求并进行精准分析。同时，在解决商务问题的过程中，我也学会了管理资源和组织能力。通过不断地跑客户和进行个人总结，我认识到自己的不足之处并努力改进。展望未来，我会继续不断地充实知识，发掘自己的优势和价值，在更高更远的领域里将所学应用到实践中，为企业取得更大的成功而努力。

做客户的心得篇十九

通过对《大客户开发》课程的学习，让我对面向大客人的销售工作有了更系统、更清晰的了解，现总结如下：

一、准备工作

准备环节中，我们首先要对我们自己的产品和公司有个系统的了解，尤其是产品的优势，要对客人的公司有个全面的了解，进行角色分析，分别找出内部协助者、决策者及影响决策者等；

还要注意自己的专业形象。

二、建立信任

这个环节应该是在整个销售过程中最重要的一部分,也就是建立亲和力的过程,如果这个环节进行不好,取得不了客人的信任,之后的环节会困难重重。而在这个环节中要做到与客人同频率,也就是说客人说话和行动速度快,我们也要速度快;去赞美客人,夸奖客人的发型好看、夸奖客人的衣服有品位等;去寻找与客人的共同点,同样的爱好等,想尽一切办法得到客人的认可。

三、发现需求

在这个环节我们少说话,多提问,要让客人多说话,说出来客人的需要是什么?我们才好为客人制作销售方案。在我们发问之前,设计好自己的销售话术,有目的的进行提问,得到我们想要的信息。帮助客人发现需求的过程中,多给客人一些建议,想办法将自己产品的优势介绍进去,影响着客人的最终选择,对以后的成交打下基础。

四、产品介绍

这个环节进行自己产品的价值介绍,在客人采购酝酿阶段我们已经参与成功推荐,这个环节就容易的多了,只是针对客人的需要将自己产品的优势介绍清楚,正好符合客人的要求,与竞争对手相比,我们的产品和价格更占优势。

五、赢取订单

到了决策者做决定的时候,一定要得到决策者的承诺,寻找客人还没做决定的原因是什么,想办法驱除疑虑,并想办法得到承诺,一旦实现或达到什么样的条件,客人就决定与我们成交。

六、跟进

这个环节就是售后服务的环节,不能一旦成交就认为万事大吉,不再关心了,这样是不对的,第一笔单的成交往往是整个业务的开端,做好第一笔单的服务,维护好客人,寻找进一步的需求,发现更多的商机,争取更多的订单,当和客人关系很好了,也可以让客人给转介绍客户。