

# 2023年谈客户的心得报告 银行客户经理 心得体会(通用7篇)

报告材料主要是向上级汇报工作,其表达方式以叙述、说明为主,在语言运用上要突出陈述性,把事情交代清楚,充分显示内容的真实和材料的客观。怎样写报告才更能起到其作用呢?报告应该怎么制定呢?下面是小编为大家带来的报告优秀范文,希望大家可以喜欢。

## 谈客户的心得报告篇一

所谓“诚”，就是要讲诚信;所谓“勤”，就是要勤谈，勤跑;所谓“细”，就是要细致入微;所谓“新”，就是要创新服务方式。所谓“诚”，就是要讲诚信。诚信是维系现代市场经济的基石，是与客户相互沟通的桥梁，在与客户打交道时只有真诚相待，言行一致，急客户所急，想客户所想，才能赢得客户的一份信赖，换取客户的一份诚心。xx年xx月，在一次朋友的婚宴上，我与\_\_化工厂的财务会计相识。初次见面，我便从交谈中得知该厂近几年经营红红火火，发展势头十分迅猛。一个念头立刻从我的脑海里闪过：“如果这家企业能够在我们开户肯定能带来一系列可观的效益。”第二天，我便来到这家企业，登门拜访了这位财务会计朋友。人家知道了我的来意后，一方面对我的敬业精神表示赞赏，但也同时对开展业务合作流露出了为难之情，因为他们长期在xx银行开户，对xx知之甚少。第一次上门公关多少有点令人沮丧，但我却没有因此失去信心，因为人家对我挺客气，这就给了我们下一次接触的可能，另外人家确实对xx不了解，这也就又给了我们下一次接触的话题。就这样，从3月到6月，每隔10多天，我总要去这家企业“串一次门”，介绍介绍xx业务，拉拉家常，渐渐地成为了这家企业财务科的熟客，以致他们开玩笑说我不像是银行的员工，倒像是保险公司的营销员。一次，在“串门”的是偶，我物业间听说财务科长这两

天正在为一笔拖欠贷款的回收而发愁，这是一笔100万元的原料款，欠款方是大港油田，由于款子一直拖了3个月，企业的流动资金已出现了紧张状况。于是，我主动找到财务科长，提出了由我一试的请求。

在接下来的一个月里，我利用休假时间，顶酷暑，冒高温，三下南大港，借助多方关系，终于使这笔款项已现金方式收回。在收到款项的按一天，这位财务科长高兴的说了两个想不到：真的想不到你有如此大的能量，拖了几个月的货款跑了三次就收回来了；真的想不到你作为一个局外人竟然能像朋友一样如此真诚热情地给予企业这么大的帮助。接下来发生的事情大家可能想象得到，这家企业主动将基本结算户挪到分理处，成立分理处的“铁户”，目前日均存款额100万元，月均结算量达到300万元。

只有与客户进行金长兴的沟通与交流，了解客户的动向，知晓客户的所思所欲，才能及时调整营销策略，捕捉商机，在激烈的商战中抢占先机。今年1月，我从朋友处了解到小白羊村有几个皮货加工个体户生意十分兴隆，但却经常因与地处浙江的购货方之间没有达成一种良好的资金结算方式而影响生产。为此，我从这条信息入手，带着朋友多次深入该村，走家串户宣传我行的汇通业务，终于使他们认识到这一结算方式的优势，最后成功使他们拓展了市场积累的经验。

工作从细微处入手，在作出影响前对客户有充分的了解，要知道自己的客户看中的是什么，需要的是什么，发掘合作的广阔天地，同事要细心观察，见人所未见，想人所未想，捕捉蕴藏在事物背后的新商机。

营销不能停留在传统的习惯思想和做法上，要将新的影响理念和服务方式有机地结合起来，最大限度地满足客户日益提高的服务需求。在今年过节迁建省行组织的金融套餐推介营销中，我要求分理处的员工在宣传介绍中要注重产品间业务特点的比较，要与客户的特点相结合，与产品的特点相结合，

与分理处的特点相结合，改变了过去的粗放式的宣传营销模式，创造了一种以理财方式进行宣传营销的新思路。

一年来，在我们的努力下，分理处存款有往年的年均增长400万发展到当年新增1500万，然而，巨大的成功背后也留有巨大的遗憾，一年来连续忙碌的营销使我忽视了自身综合业务素质的提高，在今后日益激烈的现代商业银行竞争中，需要的是综合业务素质过硬的复合型人才，如果不能紧跟时代的步伐，加倍努力的提高自己，最终面临的只能是淘汰，然而，只要我卧薪尝胆，奋发向上，将会迎来一个新的起飞平台。

## 谈客户的心得报告篇二

12天的客户经理初级培训班已经结束，回想起来仍历历在目。首先感谢联社给了我这次培训的机会。这些天的培训经历，都将沉淀积累成为我职业生涯以至整个人生当中不可或缺的财富。本次培训主要讲了客户经理沟通技巧、新客户发展策略与关键技巧、对公存款营销、客户经理职业化素养及商务礼仪、信贷营销技巧和对公客户营销流程与技巧。心得体会如下：

在培训刚开始，我就被新颖的培训方式所吸引，我们二班120名学员被分为十个学习组，一开课，每个组通过讨论定下了组名和自己的口号并进行了展示，课内的每时每刻，我们都在通过团体和个人的精彩表现来获取积分，为我们的团队争取最后的优胜，在这个过程中，每个人的团队意识都被充分调动了起来，都在为着自己的团队而努力。我们每个人的能力都是有限的，只有我们有机地结合在一起，各自充分地发挥自己，为着一个共同的目标前进，才能做的最好。在平时的工作中也是这样，没有团队合作的精神，就很难达到一个理想的工作效果，只有通过集体的力量，充分发挥团队精神才能使工作做的更出色，完成得更优秀。

从“客户经理沟通技巧”、“新客户发展策略与关键技巧”

的培训，学到了要“以客户为中心”，做好与客户的沟通协调，加强客户关系维护。想客户之所想，急客户之所急，解客户之所困。与客户之间建立起一种深层次的相互信任关系，使客户不但知道信用社能办那些业务，而且要让客户接受最好的金融服务，使客户成为农村信用社的义务宣传员。这样，我们的优质客户群体就会不断壮大，竞争能力就会不断提升。

从“信贷营销技巧”培训中领悟，我们客户经理要熟悉信贷产品，加大新、老产品扩张力度。各行社之间激烈的竞争，促使我们在做好现有产品营销，不断推出新产品，以适应市场的需求。一位老银行家有句名言“任何一个傻瓜都能把钱放出去，而收回它却需要相当大的本事”。信贷资金的安全性最重要，如果一笔贷款不安全，多么高的利率也弥补不了本金的损失。所以说信贷部门应是各行业专家集聚的地方。要了解各行业的情况。

从“对公客户营销流程与技巧”中知道，客户分类管理是客户经理从事客户管理的主要内容。按投入与产出相匹配的原则，对不同的客户实施不同的攻关策略，有的放矢。当今金融市场的竞争尤为激烈，各种不确定因素的存在，在现代社会唯一不变的是变，要求我们要变的比别人快，要不断加强与客户的联络，与客户之间建立深厚的感情，只有这样，才能保证营销工作旺盛的生命力。我们的客户才会越来越多，越来越忠诚。

这次客户经理培训班给我的感触很深，与人的沟通、与客户的营销，不是简单的去和客户吃吃饭，就能解决问题。与客户的营销，要从筛选、分类开始，到营销方案的制定，到点对点、线对线、面对面的营销，还要从语言、行动或者一个眼神的交流，方方面面都要做到位，做到更好，才能取得最后的胜利。短短的十来天的培训我学到了很多，但我要学的知识和营销技巧太多了，我回来后将以百倍的热情和激情，投入到工作中，边学边用，学以致用，在工作中学习，在学习中去积累经验，我想我会成为一名合格的客户经理，去为

我们新疆农信事业发挥自己应有的光和热。

## 谈客户的心得报告篇三

商业银行是金融服务机构，在提供服务的同时，不可避免的接触到客户的个人隐私，对于客户信息的保护，商业银行自然存在着一定的责任。而客户信息作为客户重要的个人隐私，必然受到国家相应法律法规的保护。为了清楚地划分权利和义务，我国制订了相应的法律法规。其中，1995年颁布了《中华人民共和国商业银行法》，规定了银行办理个人业务遵循保密原则以及违反保密原则所需要付出的相关法律责任。随后20xx年的《刑法修正案（七）》又规定了对公民个人信息非法泄露属于犯罪，并规定了相应的处罚政策。除了以上规定的法律以外，中国人民银行还制订了相应的规定20xx年，中国人民银行就印发了《关于银行业金融机构做好个人金融信息保护工作的通知》，其中明确规定了金融机构对个人信息的监管要求。同时，我国在银行卡及账户管理业务监管规定上明确指出发卡银行对持卡人的资信资料负有保密的责任。为保护商业银行个人客户信息制订的法律法规，一方面有利于银行取信于民，另一方面也是对银行的强制规定，有利于对客户个人隐私的保护。

目前，我国商业银行对个人客户信息的使用大致分为三种，一是银行内部对信息的使用；二是银行界相互使用客户信息；三是因业务需要提供给第三方。第一种，因为银行内部开展业务的需要，在各个业务部门之间共享客户信息。银行对信息实行严格控制，银行信息保护率极高。第二种，在各个银行之间，为了银行业务的需要，比如转账业务、境内外交易等，银行之间需要共享客户信息。这种使用方式因为存在跨不同银行或跨境信息共享，信息的保护可能会存在漏洞，需要设立一定的监管制度。第三种，当银行与第三方进行业务交流与合作的时候，比如和以支付宝为主的第三方网络平台进行合作的时候，可能存在与第三方共享客户信息的情况。

在这种情况下，因为信息可能会脱离银行监控，客户信息的泄露和滥用的机率大大增强，客户信息的保护会受到极大的挑战。

我国在20xx年《侵权责任法》颁布以后，隐私权才被正式作为一项独立的法律权利。隐私权是公民一项重要权利，公民依法享有。隐私权的设立，是历史的要求，更是人民的呼声，但是，隐私权刚刚确立，关于隐私权的具体法律明细还没有规定，因此，隐私权的法律规定方面还有一段很长的路要走，缺乏法治理念的现状还要维持较长一段时间。

随着银行的普及，几乎每个人都会或多或少地接触到银行，关于客户信息保护制度的制定迫在眉睫。首先，法律制度建设缺乏信息权利的具体规定。《侵权责任法》和《商业银行法》等基础法律是目前银行和客户主要依赖的信息保护法律，但在这些法律中，对于客户信息方面都是笼统的要求，在客户信息保护的具体内容上则没有明确规定。相比而言，国外在信息保护上就专门规定了信息主体对私人信息享有的包括知情权、修改权在内的多项细化权利。其次，在客户信息的转移上，法律规定有待完善。世界一体化进程的不断加速，银行之间存在着跨境交流与合作。然而，在商业银行客户信息的跨境共享上，国内银行完全受制于中国人民银行的法规规定，信息流动性受到了极大的挑战。妥善处理跨境信息交流问题，国内法律制度需要一定的完善，以保护商业银行在跨境交流时候的信息安全问题。

随着银行业务的不断增加，银行的客户信息量越来越大，银行业务之间的信息交流情况越来越复杂。然而，我国的银行目前来说，对于信息管理方面依然缺乏健全的保护机制。比如在银行内部信息进行交流时，经常出现职责不明确、使用限制低等情况。其次，银行缺乏独立的'客户信息监管部门。在客户信息的使用上权限不明，各业务部门缺乏相关的信息监管，信息泄露情况层出不穷。

## 1、完善我国商业银行个人客户信息保护的立法工作

随着社会对隐私权的关注，鉴于我国对于信息保护等方面的法律规定极度缺乏，特别是对隐私权的具体内容规定不足，我国必须加强立法工作。首先，国家应出台关于隐私权的相应细则，将隐私权在商业银行个人信息保护方面的具体内容加入《商业银行法》中，并做出一定的强调；其次，借鉴国外的信息保护立法经验，在信息保护的\*\*保护原则、权责归属、信息转移制度\*\*等方面做出具体的分析，以有效弥补我国当前在信息保护法律法规方面的缺失。第三，对于信息主体对私人信息的权利规定具体化，切实保障客户的信息安全利益，防止银行利用法律漏洞损害信息主体的情况出现。

## 2、培养信息主体的安全意识与法律观念

对信息安全的保护方面，除了依靠国家的法律规定，信息主体也应该加强安全意识。我国信息主体缺乏安全意识的原因，一方面是因为国内长期缺乏信息保护的法制环境，另一方面，则是由于信息主体对于个人信息的安全意识薄弱。要改变这种现象，必须培养全社会的信息安全意识。每一个公民都应该注重个人信息安全，提高自身的信息安全意识。在个人信息遭到侵犯的时候，要善于利用法律武器捍卫自己的合法权益。

## 3、要制定客户信息管理方面相应的保护机制

商业银行在客户信息的管理方面要制定相应的保护机制，保证信息保护工作规范化和制度化。商业银行应该遵循相应的法律法规政策，加强客户信息在内部交流的监控，在信息共享的时候注重安全性，设立一定的监督检查机制。商业银行还要注重保障信息主体权益，在与第三方共享私密信息之前对客户进行必要的通知，同时，在接收到客户的投诉之后，要妥善处理，避免发生重大纠纷。

我国社会经济的飞速发展，给商业银行带来了更多的发展机遇，但是我国商业银行的发展存在缺乏法治理念、法律制度建设明显滞后于实际需求和银行内部机制不健全等问题。因此，国家要加强立法工作、增强信息主体的安全意识，商业银行要健全保护机制，而个人要注重信息安全，在三方的共同努力下，保障个人客户信息的安全性。

## 谈客户的心得报告篇四

-xx年是中国经济快速增长的一年，我们在中国移动集团公司的大方针下，认真贯彻xx届六中全会、集团公司和省公司工作会议精神，在省公司和市分公司领导的正确带领下我们结合-移动通信实际，更新服务理念，深化改革管理制度，巩固和提升竞争优势，保持行业区域主导地位，加快了-移动的发展，提高了大客户服务的水平，克服了各种困难和不利因素，业务发展和业务收入保持稳步增长的良好发展态势，各项工作取得了可喜的成绩。

### 一、个人客户管理与服务

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[]20xx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内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20xx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，设立投诉热线，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，严格控制集团客户短信群发。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20xx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。

-xx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。

## 篇五：电信客户经理工作总结

尽力搞好营销服务争创优秀客户经理\*\*市电信分公司大客户服务中心

我担任大客户营销经理四年来，尽力用诚心赢得客户，用细心服务客户，用爱心关心客户，表现出良好的服务能力、协调能力和承受能力，取得了显著的营销服务业绩，得到了公司领导和员工们的充分肯定，受到了大客户们的一致好评。

## 一、积极推进转型业务，把握商机增效益

为积极推进电信业务转型，我坚持做到把握商机。20xx年5月阳光保险公司成立，在走访客户时发现，该客户比较重视宣传本公司品牌。我看在眼里，喜在心里，迅速向这一客户推出了号码百事通业务，其中客户首选冠名播报业务。冠名播报是在用户拨打114查询号码时，商家可以在播报查号进入服务程序前插播企业的品牌宣传，每天近十万次的查号量有助于商家迅速树立品牌形象。

但一开始，该客户对114号码百事通陌生，对可能产生的效果表示怀疑。我当场拨打114，首先听到的就是某品牌的播报，并告诉客户平均每天拨打114的话务量。同时为客户算了一笔经济帐，将号码百事通广告和电视广告、报纸广告以及其他媒体广告的受众群体、经济成本、效益评估等方面进行了比较和测算。比较过后，客户觉得冠名播报真的十分划算，当场签订114号码百事通冠名播报的协议，缴纳了业务费10000元。

20xx年3月，\*\*大兴商厦改制卖给仇九陶等私营业主，原\*\*大酒店由于电信费用问题将所有电话撤除，仇老板委托赵律师全权负责电信业务谈判，赵律师与联通、移动、铁通、网通等电信运营商全面接触，了解各运营商的费用、服务等情况，用其他运营商的低资费作为谈判的法码，我与部门负责人商量，采取避重就轻方式与其周旋，不在价格上与其纠缠，反复宣传我公司的产品品牌、服务品牌，合理利用电信业务的组合营销，精心制作方案上门拜访详谈。当我发现赵律师关注重点在于服务，我欣喜万分。因为我有百分之百的信心做好服务工作，有百分之百的信心让客户满意。

## 客户经理工作总结(六篇)工作总结

双方就虚拟网、管道铺设、宽带上网、公共场所的无线上网以及小灵通的信号覆盖等方面的细节作了进一步的交流，在整个谈判中终于战胜其他运营商，与该酒店达成了合作意向。该客户4月16日提出要求，要求在5、1劳动节之前将96部电话、1条10m光纤安装到位。要在这么短时间内完成这么多任务是相当困难的。但要强的我觉得正好让客户真切感受我们的服务质量和响应速度。于是我当天就将订单及时输入到客响系统中，从工程立项、查勘、设计、铺设管道、放电缆到装机，安装无线市话基站，我放弃了周六、周日的休息时间，做大量协调工作。在客响中心的大力支撑下，我仅用了10天的时间全部完成了这一工程，给了客户一份满意的答卷！

### 二、大力宣传电信服务优势，锲而不舍赢得业务。

公安局组建四级网□2m电路改100m电路，移动公司利用双方领导层的私人关系，廉价出租100m电路，公安局通信科人员要求移动公司做出租电路的组网方案，这段期间，相互交往密切，在此严峻形势下，我作为负责该单位电信业务的客户经理没有退缩，反而更激起了斗志，我一面向公司领导汇报，赢得领导支持；一面做公安局通信科领导的工作，指出使用移动100m电路的弊端，并宣传和析我们中国电信的优势。通过一系列的对比分析后，公安局领导和通信科相关人员都表示赞同，对我的服务态度表示满意，表示如果报价合适将愉快地与电信合作。经过我的努力，一举扭转了被动的局面。然而在公安局排除移动公司后，联通公司和广电局又闻风而动，欲以更低廉的价格再把我电信挤出竞争之列，对此，我一直严密关注此事，积极联系并协作配合，及时制定出相关策略应对，加大了和公安局相关人员的沟通，取得了共识。从开始洽谈到签定协议，几经反复，历时达半年之久，该局终于同意与我公司签定四级网2m改100m的协议，新增每条电路700元，电路租金每年增加达40万多元。（番禺营业部经

理招聘)

### 三、密切客户关系，尽心尽力增量保量

我市劳动局组建的医保网，涉及分布于各医院、各医疗诊所、医药公司的营业网点，多数医疗网点使用的是窄带拨号刷卡业务，每个网点电信月刷卡资费约30元/月左右，为激增量，大力发展宽带业务，我反复与该局医保处万秀风主任洽谈，将窄带拨号刷卡业务全部改用宽带业务，开始万主任不赞成，我毫不放松一次一次地上门说服，融洽客户关系，只要有一点希望我要做100%的努力，攻关该局信息科科长徐伯明，请他提出窄带刷卡设备老化已到期，已不能正常使用而需升级换代；让医疗网点纷纷反映刷卡机使用不正常，影响生意。万主任根据这一情况决定由劳动局医保处发文通知所有医疗网点在20xx年12月31日后不再使用窄带拨号刷卡业务，应全部到电信公司登记、签订宽带刷卡业务，如不与电信公司签订宽带协议的将取消其办理医疗网点的资格。根据劳动局医保处万主任所说：在全省全部使用宽带刷医保卡的，\*\*市是第一个，现在电信公司登记医疗网点的有200多家，已办理的用户127家，每年增长收入约14万元。在签订协议时，用户对我们尽心尽力的敬业精神钦佩不已。

## 谈客户的心得报告篇五

从这几月的工作中总结出以下几点：

作为客服人员，我始终坚持，把简单的事做好就是不简单。工作中认真对待每一件事，每当遇到繁杂琐事，总是积极、努力的去做；当同事遇到困难需要替班时，能毫无怨言地放弃休息时间，做好工作计划，坚决服从公司的安排，全身心的投入工作。

记得主任给我们新员工上过的一堂课的上有讲过这样一句话：选择了xx就是选择了不断学习。作为电话银行xx中心的客服

人员，我深刻体会到业务的学习不仅是任务，而且是一种责任，更是一种境界。这几个月以来我坚持勤奋学习，努力提高业务知识，强化思维能力，注重用理论联系实际，用实践来锻炼自己。

2、注重克服思想上的惰性。坚持按制度，按计划进行业务知识的学习。首先不将业务知识的学习视为额外负担，自觉学习更新的业务知识和建行的企业文化；其次是按自己的学习计划，坚持个人自学，发扬“钉子”精神，挤时间学，正确处理工作与学习的矛盾，不因工作忙而忽视学习，不因任务重而放松学习。

在今后的工作中，我会努力的继续工作，在工作中保持好和客户之间的关系，用最好的服务来解决客户的困难，让我用最好的服务来化解客户的难题。制定如下计划：

## 谈客户的心得报告篇六

很多方面很值得我们这样的后辈学习。细细想来，也许××××作为南宗孔氏胜地，儒家的思想一代一代多少熏陶了这里的人民。众所周知，源远流长的儒家思想对中国，对东亚乃至对世界的影响都非常深刻，其核心伦理观：“仁、义、礼、智、信、恕、忠、孝、悌”也依然是中国现当代主流思想基础。就像一坛上好的佳酿，历久弥香，耐人寻味。

那么，我想到作为一名烟草人、一名客户经理，儒家思想的学习可以提升自我的修养，如果一名客户经理在具备专业知识的同时又有儒家核心伦理观思想作为根基，对于提高服务客户的质量也一定有莫大的帮助，这两者又可相辅相成，岂不妙哉。

仁：意即博爱、宏爱、爱人，这种博爱体现在我们客户经理的服务性工作上就是要待人处事用一颗博爱的心，与零售客户交流态度上要颜悦色，笑容灿若春风，面对客户的合理

要求不推委，及时有效的完成，无论是怎么样的客户我们先把自己的态度放好。

义：是儒家思想中很重要的一个方面，主要强调人做事要讲究一个合理性，在思想体系上，儒家思想并不排斥人对自身利益的追逐，但强调自身利益要以“义”为前提。比如时下国内乳制品行业对乳制品中掺进三聚氢氨，饲料中掺进三聚氢氨等事件就是营销不道德，不符合义的思想，此为见利忘义。其实现代社会的发展越来越注重民生、民权，所有的团体都要在义的基础上来实现利，否则，利必不能长久，反受其害。我们的“义”其中一方面就是我们的烟草行业的“国家利益至上，消费者利益至上”的行业共同价值观，面对零售客户做到真情、沟通、增值，面向社会公众做到担责、有为、感恩。

客户经理培训心得(2) 信仰和商业氛围。表现在我们客户经理的工作上就是应该网遵循这些信仰、消费文化和商业氛围，而不是对所有的零售客户都是千篇一律的工作方式，更不应该为了暂时的效益和成绩而违背了广大消费者以及零售客户普遍认可的行为伦理，这样必将被公众所否定，受损的只会是我们客户经理自身的工作，甚至危害到烟草行业。

智：在儒家思想上表示了解、知道、智慧，是指人的行为规范知识。表现在现代营销学上是指人的聪明才智和熟练的专业技能。以零售客户拜访工作流程为例，从查看拜访计划，收集可供信息的拜访前准备，到实地拜访，再到每日总结和工作例会。整个流程都处处体现“智”的光环。应该说“智”发挥的好往往对工作能起到事半功倍的效果，与零售客户难以避免的供需矛盾，很多时候是可以通过智慧来解决的。

信：指待人处事诚实无欺，言行一致。一个企业，从领导到普通员工都要遵循：“言必行，行必果”的原则，特别是我们客户经理，对零售客户承诺的事情一定要办到，否则，不

要轻易承诺。一旦所承诺的事情没有做到，受损只会是我们自身的信誉，进而危害到我们烟草公司的信誉。

恕：儒学思想上表示包容、宽恕之意。表现在具体工作中就是要要有容人之心。在日常工作中，由于种种原因，我们客户经理难免会遇到不愿配合的零售客户，有时候零售客户在觉得自身利益受损时更会恶语中伤，这在我们的日常工作中可以说是屡见不鲜。但是面对这样刁难的客户，我觉得我们需要一种包容之心，换位思考下如果你是零售客户，自己内心的想法会是怎样。而不是“以暴制暴”，这样只会两败俱伤，对于工作的长期开展有百害而无一利。

忠：己欲立而立人，己欲达而达人。孔子认为忠乃表现于与人交往中的忠诚老实。表现在现在则是为忠于自己的单位，忠于自己的集体，不做有损集体整体利益的事情；忠于自己的岗位，坚持不懈，力争上游，于己于整个集体都好。集体发展了，个人的工作自然也会得到肯定，从而形成个体与整体的良性循环，同时也实现了个人的人生价值。

孝：俗话说，百善孝为先。孝是做人的根基，是每个人无论如何都必须具备的基本素质，因此暂不多述。

悌：意指对兄长的尊敬。这就要求我们对行业老前辈以充分的尊敬，多请教，多沟通，而作为客户经理，对于广大的零售客户我们在工作中也同样需要表示足够的尊重。只有做到这些，个人才能更好的融入这个行业；只有做到这些，才能与零售客户保持融洽的关系从而利于工作的开展。

## 谈客户的心得报告篇七

入职后的第二周，这一周整体过的非常快，也是收获很巨大的一周。这周我这边的工作主要是预约拜访客户还包括参加会议的部分。



整个拜访客户的过程就是对之前学习的一个实践，当然中间也遇到许多的问题。凸显的就是客户对工委工作的一个质疑，质疑工委是收费不干事的组织，因为现在许多组织的存在其实已经失去它的意义了，只是挂个名，让企业家对这些组织，协会，俱乐部之类的有些望而却步。而我们能做的，就是把我们的服务内容尽量细化的讲给企业家听，让他能感受到这个东西是可以实实在在实施到的，并且是能够得到好的效果的。这就需要我们能够抓住企业主的心理，只有他会感兴趣，希望去了解希望去尝试一下，我们才有机会与他做更深入的交流，更细致的了解到企业需求，为企业服务达到实现我们工委的一个服务价值。

对于这周我们这一小组主要拜访的三个客户，一个是传媒公司老总，一个是商贸公司老总，还有一个是做软件的微型企业主。从我这周的拜访经历看来，明显的企业规模与他老板的整个状态是有关联的。第二位和第三位是我和队友一块拜访的，这两者就有很大的不同，前者在交流时他不会主动告诉你他的企业存在的问题和需要什么帮助，后者很迫切的希望能有办法解决他的企业运营中的难题。而对于我们来说更需要的客户群是前者，我们缺少的就是让这些高端些的客户主动说出困难问题的信任，这个和我们现在的知识储备及年龄是很有关系的，而我们目前又达不到那个水平，我觉得我们需要改变一个方式，不能只是照搬前辈的经验，得有自己的一个路子。就是因为年轻，我们应该表现出来的就是一个很有活力，很有潜力，很愿意去拼的一个态度，感染企业主。当然我们自身的经验知识积累是目前的重中之重，如果一个人只有信心激情而没有内容也是没有前途的。

再讲讲第一位拜访的客户，是本组跟随崔磊老师二次拜访的，一个传媒公司老板。这个老板可以代表一类客户，希望与工委合作成为外围签约机构而不愿入会的企业。这次拜访我和队友主要听崔老师和客户的一个交流，其中真的学习到了很多，受益匪浅。很多内容都是特别专业的行业知识，这一点我们确实需要重视，和客户的交流真的需要我们课下的很多

功夫，各行各业的东西都要了解并且说出来实质的东西，我们这一批都是刚出社会的大学生，社会阅历很匮乏，目前看来途径就是多看新闻多看书积累这社会底蕴。另一点，整个交谈的过程，崔老师的安排掌控做的非常好，客户是随着我们的思路在走，整个的一个状况让他了解清楚了，他的疑问也得到解决，虽然他想合作但他若不愿进来这个圈的话是不合理的，这些东西都让他了解了，留给了客户选择，让他自己衡量。我们也对比自己之前上门拜访出现的一些状况，有时遇到强势的企业主会被他牵着走，这次的学习对我们今后遇到这些问题有很大的帮助。

20xx年4月18日上午，这是我作为工委员工第一次参加的正式会议，去之前心里还挺忐忑的，但真正参加下来收获真的是很大的，不管从我自身心态的调整还是自身素质的提高都有很大的改观。

整个会议是由群象岛企业家俱乐部主办的，流程主要分为三个部分：主题分享+尖峰对话+银企共赢帮扶对接。大家围绕银行应该如何做好服务，为企业发展保驾护航，企业又该如何维护与银行关系，与银行实现共赢等问题展开探讨的同时，也针对自己平时与银行交往中遇到的问题、困惑与银行进行了沟通。

说到这里首先谈一下这个企业家俱乐部，这是一个完全的民间组织，但距离现在发展虽然仅仅三年的时间，但作为一个民间协会他的发展速度是很迅速的，他们做的好不是没有原因的，从这次的会议就能感受的很深切，尤其是安排银行与企业家直接对话的部分，针对中小企业比较有普遍性的问题，直接与各大银行行长对话。

从我对这个会议的整体了解看来，有一个很现实的现象就是企业需钱贷不到，银行有钱贷不出，整个出现这样一种情况很大一种程度是市场信息不对称的影响，中小企业因为资本市场门槛过高很难从资本市场直接融资，所以多层次的银行

服务体系就成为融资的重要途径，但是银企之间的各种对接障碍，信息不对称却使这一路径荆棘密布。中小企业自身经营状况、规模大小、市场稳定性、资信等级等因素，是各家银行提供多元化服务产品的前提条件。一旦信息不对称，原本紧张的供需很可能会形成市场真空。所以我从这里就能看到我们这个平台的重要性，与广阔的发展空间，中间银企对接这个环节很需要一个平台，来填补信息不对称的这一方面。这样才能促进建立起银企共赢的关系。

还有值得一提的是，论坛现场各位银行专家的近距离交流分享，不仅仅是针对企业家们的供需对接，同时也是同行间的交流学习，在特色服务与产品的对比中，中小企业从中各取所需，银行间从中取长补短。就业界关注的中小企业融资难的问题深入交流，共同探讨银企合作共赢之道。这样的话，不仅中小企业愿意活跃在这个论坛中去，今后我们组织论坛等邀请到的银行，政府单位人员都愿意与群众接触，也达到一个提高自己工作效益的效果。

这也对于我们的工作开展是一个很好的参考学习机会，我们做的这个平台关于中小企业的融资业务，除了帮助中小企业了解国家专项政策性资金的申请，还要发挥纽带作用，为银企牵线搭桥，力促银企共赢，为中小企业的可持续发展提供源动力，真正做到服务于中小企业，为中小企业解决难题。