

最新客户拓展活动方案(汇总10篇)

无论是在个人生活中还是在组织管理中，方案都是一种重要的工具和方法，可以帮助我们更好地应对各种挑战和问题，实现个人和组织的发展目标。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是我给大家收集整理方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

客户拓展活动方案篇一

凡搞管理的人都知道，客服是个软性的工作，做的如何？很难有准确明晰的目标去衡量。

自从我开始做客服以来，一直让我绞尽脑汁的，就是如何评价并让大家明白医院开展客服工作的价值。

价值是个很抽象的概念，因为不同经历不同思想人们的价值观有天壤之别。以目前最直观最短视的看法，创造利润即是创造价值。的确，利润是价值，但是如果这个利润是竭泽而渔呢？它的价值体现还有我们认为的那样大吗？或许，这样的价值是越多越糟糕。

可是其它价值，诸如引入先进理念，创建先进文化，开阔视野，提高素质，做好细节服务，都是价值。但是这个价值你无法用确切的数字去估量，去跟每一个向你提出质疑的人去解释，甚至那些细节的工作因为鸡毛蒜皮，而被人们忽略轻视。

可是被忽略轻视不一定说明这项工作没有价值，只能说明人们对这项工作的认识还很肤浅，同时说明我们的工作也许还存在许多不尽如人意之处。

别的科室只需要考虑如何做好工作，我们客服却还需要考虑如何让别人知道我们做好了工作。呵呵！这倒是很符合客户服

务的真谛：服务的好坏，不能由自己来评判，真正的裁判权在客户手中。

客户拓展活动方案篇二

客户服务部工作计划（3~4月）

一、熟悉业务

2、了解公司产品的基本情况：产品品牌，价格、利润、主要销售地区，主要进货客户；客户对产品的反馈意见；近6个月以来的公司销售情况。

3、了解库存积压产品情况，制定销售计划（应季产品促销）。

根据以上几点进行合理的客户资料分析，划分优先客户群落，根据不同层次客户群落需求有针对性的选择相应应季产品主要推销方向，提高推销成功率。

二、实际接触客户

1、调查客户经营情况，初步了解客户经营中存在的问题。

2、与客户进行沟通，对于客户经营中存在的问题

提出合理化的解决方案；进行相应的应季产 1

品、服务项目推广；详细分析应季产品的利润点与经营方式，刺激客户消费。

3、了解各类客户潜在购买欲望，组织相应的货

源，进行客户定期跟进，挖掘客户消费潜力，了解选择其他厂商的原因，进行诱导性消费。并且为客户建议销售方法，

为客户拓展业务范围。

4、利用库存积压产品进行促销，以增加应季产品的销售量，以便于最大程度的满足客户需求，增加客户购买机率。

5、货到后3~5个工作日内进行商品质量回访，对

存在质量问题的商品，及时进行调换，建立客户对公司产品的忠诚度。

三、制定相应的客户档案

1、客户资料登记卡片系列（有效的进行客户登

记，了解客户需求，进行整理分类，以便建立良好的回访制度）

2、客户经营问题纪录与信息反馈表系列（了解客

户经营中存在的问题，纪录相应的解决成功案

例，纪录客户问题共性、特性、重复性建立案例库）

3、客户消费统计表系列（了解客户消费情况、分

析客户销售情况，及时进行产品、服务跟进）

4、产品销售统计表（及时横向比较本公司产品与

其他同类产品的优缺点。以便于增进产品市场竞争力。）

5、客户投诉处理表格（分析客户投诉，及时改正

公司缺陷，对于特殊客户群落进行制定相应的解决方案。

四、建立部门内部各方面制度体系

- 1、建立职工技能培训体系
- 2、建立客户服务部门规范
- 3、建立部门服务理念、服务目标
- 4、协调整理各部门业务关系，建立良好的合作模式
- 5、积极开发部门员工业务能力

客户拓展活动方案篇三

作为一名客户经理，如果没有工作计划和基本目标，是永远不可能达到胜利的彼岸的。每个人，每一项事业都应该有基本目标、工作计划和必胜信念，而不少人往往是做一天和尚撞一天钟，目标模糊，现对20xx年的工作做个具体的工作计划。

一位成功的销售人员介绍经验时说：我的秘诀是把目标数表贴在床头，每天起床就寝时都要把今天的完成量和明天的目标量记录下来，提醒自己朝目标奋斗。由此可见“有志者事竟成”，只要肯下功夫，任何客户经理计划和目标都能通过努力得以实现。

20xx年我制定了以下的计划：

- 1、每周要增加2个以上的新客户，还要有2到4个潜在客户。
- 2、一周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。

3、见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作有可能不会丢失这个客户。

4、对客户不能有隐瞒和欺骗，这样不会有忠诚的客户。在有些问题上你和客户是一直有交流的。

5、要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。

6、对所有客户的工作态度都要一样，但不能太低三下气。给客户一好印象，为公司树立更好的形象。

7、客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。要先做人再做生意，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

8、自信是非常重要的。要经常对自己说你是的，你是独一无二的。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

9、和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

以上就是我这一年的工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服。为公司做出自己的贡献。不过现实来说，我目前还是有着很多的不足之处需要我来解决的，我相信自己能够有着更好的发展，不过前景才是最重要的，我相信自己能够做到，这是我应该做好的。以后的道路上，我会走的更远，因为我的人生旅途才刚刚开始，我相信自己会做的更好！

客户拓展活动方案篇四

利用好数据库的前提是建立一个完整实用的信息库。目前信

息收集的内容过于简单，只有客户姓名、电话、经营内容等基本信息，在录入数据库的过程中也流于形式。我认为在信息收集的过程中尽可能的捕捉客户全面的信息，对客户进行细分。根据客户对信贷员的态度可以分为：抵触型、中立型、主动型。对于不同类型的客户做不同的备注，特别是在宣传过程中主动配合并有意向的客户一定要做二次的走访或电话回访。

目前省行数据库模板存在一定的不合理性，信贷员可以结合自己的工作方法进行适当的删减增加保证数据的真实有效。在数据库的利用上，应根据行业规律进行细分，在不同的时期筛选金钱需求旺盛的行业进行有针对性的宣传营销，做到有针对性。

客户拓展活动方案篇五

现在，越来越多的客户喜欢在网上查询和交流信息。在后勤总公司的网页下面设立客户服务中心的.电话和邮箱，有利于便捷与客户联系沟通，满足顾客需要，提升服务质量。

（一） 成立客户监督委员会。由监事会、业主委员会成立客户监督委员会。行使或者义务行使对后勤服务监督职能。

（二） 建立质量检查制度。改变物业内部质量内审为各个中心交叉内审（这项工作也可以有人力资源部行使）。

（三） 搞好客服前台服务。

1. 客户接待。作好客户的接待和问题反映的协调处理。

2. 服务及信息传递。包括纵向一实施由顾客到总公司，横向一实施物业内部之间、客服中心与各个中心之间、客服中心与校内的有关部门之间信息转递交流等等，以及其他信息咨询。

3. 相关后勤服务的跟踪和回访。

4. 24小时服务电话。

（四）。协调处理顾客投诉。

（五）搞好客户接待日活动，主动收. 和处理客户意见。

（六）建立客户档案。包括家属区、教学区、学生社区。

（七）搞好意见箱、板报及黑板报、温馨提示等服务交流。

（一）成立后勤总公司客户服务中心。

目前客户服务部隶属于能源中心，办公室在物业管理中心，主要为物业系统服务工作的职能可以延伸，行之有效。然而，客服的外延可以扩大到总公司范围，为我校后勤服务业做大做强提供机构上的支持。成立总公司下属的客服中心，便于全面协调服务。

（二）人员编制至少二人。

要搞好客户服务，只有经. 一人是不行的，要改变以前客户服务部只有一人的不正常状态，大学生来了又走。人力资源不低于二人的编制，工作人员最好具有本科学历，有利于客服机构框架的建立和稳健运行，改变顾此失彼的现状，便于逐步建立规范和完善客服工作。

往年客户服务部一般办公费开支在物管中心，黑板报等大一点的开支由动力部支付。根据目前情况，有些基础工作还要进行，日常工作也有所开支，不造预算可能没有经费，按照节约的原则，编造经费预算如下：

500元 / 月 全年公务经费6000. 00元。

客服中心是按照现代企业服务的运行需要设置的，这正是当年总公司设立客户服务部的正确方案的范本。有了顾客满意就可能开拓市场，有了顾客满意就可能树立品牌和顾客的支付。客服中心其工作内涵可能与总公司办公室和人力资源（质量管理）部有交叉关系，但是，客服中心主要服务对象是顾客，以顾客满意为焦点，是业务部门而不是管理部门。今后双福园区物业服务如果能够竞标成功，客服中心可以取“龙湖小区”的模式。

以上工作思路仅作为客户服务部为总公司举行的“干部务虚会”，“质量、改革、发展”，提出的思路，不一定马上实行。实践是检验真理的唯一标准，客户服务工作要根据自身特点，逐渐改良，不断推进，我们在工作中不断探索，目的是为了实实在在做好后勤服务作，努力把公司做大做强。

客户拓展活动方案篇六

新的一年里我为自己制定了新的目标，做为客户经理我计划从以下几个方面来锻炼自己，提高自己的整体素质。

一、道德方面。做为客户经理在品德、职责感等方面务必要有较高的道德修养，强烈的事业心，作风正派，自律严格，洁身自爱。

二、心理方面。客户经理心理要成熟、健康。经受过磨炼，能理智地对待挫折和失败。还要有用心主动性和开拓进取精神。同时，还要有较强的交际沟通潜力，语言、举止、形体、气质富有魅力。在性格上要热情开朗，在语言上要风趣幽默，在处理棘手问题上要灵活变通，在业务操作上要谨慎负责。

三、业务方面。客户经理要有系统、扎实的业务知识。首先要熟悉银行的贷款、存款、结算、中间业务知识。既要掌握主要业务知识，又要熟悉较为冷门的业务知识；既要有较高的政策理论水平，又要能具体介绍各种业务的操作流程；既要熟

悉传统业务，又要及时掌握新兴业务。

另外，客户经理还要具备法律知识、经济知识，个性是要具备综合运用多种知识为客户带给多种可供选取的投资理财方案的潜力。

四、营销方面。客户经理要成为市场营销的能手。要掌握市场营销学的基本知识，又要身体力行，用心参与实践。掌握推销自我的技巧、演讲技巧、产品推介的技巧、与客户沟通的技巧、处理拒绝的技巧等。

客户拓展活动方案篇七

一、客户关系管理战略

实验内容：客户关系管理战略确定

实验课时：

4实验

二、客户关系管理战略

实验内容：客户关系管理战略实施

实验课时：

4实验

三、客户关系管理项目实施

实验内容：客户关系管理项目综合实施过程分析 实验课时：

4实验

四、客户关系管理项目实施

实验内容：客户关系管理项目综合实施效果分析 实验课时：4

客户拓展活动方案篇八

风风雨雨的`20xx年过去了，迎来了挑战性的20xx年，回顾20xx年的工作，首先感谢领导对我工作的支持与帮助，感谢所有班组长以及员工，在这坎坷的一年里勤勤恳恳，兢兢业业，共同努力，圆满的完成了公司下达的各项工作指标；在这一年里跟着领导学到的多，得到的也多；20xx年我车间认真执行上级领导们的会议精神，虽然有些成绩但离领导的要求距离还很远；质量的不稳定，工作事故的出现，设备的损坏，面对着种种困难，方法总比困难多，在这一年里更能体现我们的管理能力，更能发挥我们本身的潜力，结合实践经验对以后的工作做以下计划：

我们将在认真吸取以前教训的基础上，把提升维修服务质量作为公司管理工作的重中之重来抓，采取多种措施保障安全生产无事故。将维修技能提升和标准维修操作流程为培训重点，不断强化员工主动服务意识。加强维修现场管理，做好车辆维修后自检与互检工作。

针对20xx年在客户报怨上存在的一系列问题，我们将在20xx年采取以下措施来减少客户报怨量，提高一次性修复率。第一，加强车间人员技能培训，强化员工服务意识。将与售后各部门合作，对相关人员进行定期的培训，使员工了解本职工作的重要性，端正服务态度且在平时维修现场中对员工维修质量意识不断强化，使其熟知职位可能产生的维修问题和避免方法。培训频率做到至少一月两次。第二，加强检验员的质量巡检工作，避免二次返修的发生，并要求其对返修情况记录在案，使质检工作有迹可循，便于维修后分析与研究。

第三，建立合理的奖惩制度，在考核机制中加入维修技能考核，与员工的收入挂钩，奖优罚劣。通过以上措施尽努力提升进站车辆的一次维修合格率。

在提升维修工时前提下，建立新的产值奖惩制度，建议加入维修新增金额提成率。即下维修工时费任务，做到完成任务或超出任务有奖，完不成任务要罚。（具体任务量根据前三个月工时费平均值进行汇总统计，然后逐渐递增）

在20xx年，将进一步加强车间6s现场管理，保持车间维修现场的整洁有序，推进6s管理制度，将该指标作为优秀员工考评指标之一，避免做得好和做得差都一个样的大锅饭思想！力争在20xx年售后车间6s管理工作不断提高，走上新台阶。

针对车间设备管理现状，制定车间维修设备及工具管理负责人，减少设备及工具使用不当造成的故障率，提升设备及工具故障及时报修率，设备及工具负责人对设备的日保、周保、月保制度化，定期检查，实施各种激励手段，引导员工运用正确的方法进行设备使用和修护。上述措施有效的保证了设备及工具稳定运行及正常维修使用，为按时保质交车提供了强有力的支持。

作为领导必需严于律己，以身作则，遇到困难不退缩，迎难而上，做好带头人。采用能者上，平者让，庸者下的用人原则！对经常违反纪律，不听从指挥，恶性竞争，影响公司形象的员工，坚决予以辞退。争取为满意度和一次性合格率双提升打造一个公平公正的良性可持续发展的工作环境。

在20xx年我们将知难奋进、开拓进取，不断创新的精神，从点滴小事做起，严格落实岗位责任制，内强管理，外树形象，力争通过扎实有效的工作，争取做得员工与客户的双满意，实现公司新一年的经营指标！

客户拓展活动方案篇九

2、了解公司产品的基本情况：产品品牌，价格、利润、主要销售地区，主要进货客户；客户对产品的反馈意见；近6个月以来的公司销售情况。

3、了解库存积压产品情况，制定销售计划（应季产品促销）。

1、调查客户经营情况，初步了解客户经营中存在的问题。

2、与客户进行沟通，对于客户经营中存在的问题提出合理化的解决方案；进行相应的应季产品、服务项目推广；详细分析应季产品的利润点与经营方式，刺激客户消费。

3、了解各类客户潜在购买欲望，组织相应的货源，进行客户定期跟进，挖掘客户消费潜力，了解选择其他厂商的原因，进行诱导性消费。并且为客户建议销售方法，为客户拓展业务范围。

4、利用库存积压产品进行促销，以增加应季产品的销售量，以便于最大程度的满足客户需求，增加客户购买机率。

5、货到后3~5个工作日内进行商品质量回访，对存在质量问题的商品，及时进行调换，建立客户对公司产品的忠诚度。

三、制定相应的客户档案

1、客户资料登记卡片系列（有效的进行客户登记，了解客户需求，进行整理分类，以便建立良好的回访制度）

2、客户经营问题纪录与信息反馈表系列（了解客户经营中存在的问题，纪录相应的解决成功案例，纪录客户问题共性、特性、重复性建立案例库）

3、客户消费统计表系列（了解客户消费情况、分析客户销售情况，及时进行产品、服务跟进）4、产品销售统计表（及时横向比较本公司产品与其他同类产品的优缺点。以便于增进产品市场竞争力。）

5、客户投诉处理表格（分析客户投诉，及时改正公司缺陷，对于特殊客户群落进行制定相应的解决方案。

4、协调整理各部门业务关系，建立良好的合作模式

5、积极开发部门员工业务能力

客户拓展活动方案篇十

一、建立客户服务中心网上沟通渠道。

现在，越来越多的客户喜欢在网上查询和交流信息。在后勤总公司的网页下面设立客户服务中心的电话和邮箱，有利于便捷与客户联系沟通，满足顾客需要，提升服务质量。

二、建立客服平台

(一)成立客户监督委员会。由监事会、业主委员会成立客户监督委员会。行使或者义务行使对后勤服务监督职能。

(二)建立质量检查制度。改变物业内部质量内审为各个中心交叉内审(这项工作也可以有人力资源部行使)。

(三)搞好客服前台服务。

1. 客户接待。作好客户的接待和问题反映的协调处理。

2. 服务及信息传递。包括纵向一实施由顾客到总公司，横向一实施物业内部之间、客服中心与各个中心之间、客服中

心与校内的有关部门之间信息转递交流等等，以及其他信息咨询。

3. 相关后勤服务的跟踪和回访。

4. 24小时服务电话。

(四)。协调处理顾客投诉。

(五)搞好客户接待日活动，主动收.和处理客户意见。

(六)建立客户档案。包括家属区、教学区、学生社区。

(七)搞好意见箱、板报及黑板报、温馨提示等服务交流。

三、继续做好物管中心的iso质量检查管理、办公室部分工作和客户服务，继续做好与能源中心的有效维修客户服务。

四、机构建设

(一)成立后勤总公司客户服务中心。

目前客户服务部隶属于能源中心，办公室在物业管理中心，主要为物业系统服务工作的职能可以延伸，行之有效。然而，客服的外延可以扩大到总公司范围，为我校后勤服务业做大做强提供机构上的支持。成立总公司下属的客服中心，便于全面协调服务。

(二)人员编制至少二人。

要搞好客户服务，只有经.一人是不行的，要改变以前客户服务部只有一人的不正常状态，大学生来了又走。人力资源不低于二人的编制，工作人员最好具有本科学历，有利于客服机构框架的建立和稳健运行，改变顾此失彼的现状，便于逐

步建立规范和完善客服工作。

五、经费预算。

往年客户服务部一般办公费开支在物管中心，黑板报等大一点的开支由动力部支付。根据目前情况，有些基础工作还要进行，日常工作也有所开支，不造预算可能没有经费，按照节约的原则，编造经费预算如下：

500元 / 月全年公务经费6000.00元。

客服中心是按照现代企业服务的运行需要设置的，这正是当年总公司设立客户服务部的正确方案，其性质所在。有了顾客满意就可能有市场，有了顾客满意就可能树立品牌和顾客的支付。客服中心其工作内涵可能与总公司办公室和人力资源(质量管理)部有交叉关系，但是，客服中心主要服务对象是顾客，以顾客满意为焦点，是业务部门而不是管理部门。今后双福园区物业服务如果能够竞标成功，客服中心可以采取“龙湖小区”的模式。

以上工作思路仅作为客户服务部为总公司举行的“干部务虚会”，“质量、改革、发展”，提出的思路，不一定马上实行。实践是检验真理的唯一标准，客户服务工作要根据自身特点，逐渐改良，不断推进，我们在工作中不断探索，目的是为了实实在在做好后勤服务作，努力把公司做大做强。