

客户管理工作测评			
电子文件编码	CP – B02 – 001	测 评 时 段	
责任人、职位		部 门	
等 级 标 准	优秀:80分以上,良好:60 ~ 80分,一般:40 ~ 60分,不合格:40分以下		
计 分 方 式	单项测评分 = $\frac{\text{单项总分}}{\text{项数} \times 5} \times \text{权重系数}$ 总测评分 = 单项测评分之和		
测评级别定义	5 分:超过了工作要求 4 分:很好地达到了工作要求 3 分:全部达到工作要求 2 分:基本达到工作要求 1 分:未能达到工作要求		
测 评 项 目	单项总分	单项测评分	
信 息 管 理			
客户服务管理			
客户提案管理			
客户投诉管理			
新客户开拓			
总 测 评 分			
综 合 评 语			
改 进 方 向			
备 注			

全国迷你型MBA职业经理双证班

- 学习方式：全国招生 函授学习 权威双证 国际互认
- 认证项目：注册职业经理、人力资源总监、品质经理、生产经理、营销策划师、物流经理、项目经理、企业管理咨询师、企业总经理、营销经理、财务总监、酒店经理、企业培训师、采购经理、IE工业工程师、医院管理、行政总监、市场总监等高级资格认证。
- 颁发双证：高级注册 经理资格证+MBA研修证+人才测评证+全套学籍档案
- 收费标准：仅收取1280元 招生网址：www.mhjy.net
报名电话：13684609885 0451—88342620
咨询邮箱：xchy007@163.com 咨询教师：王海涛
- 学校地址：哈尔滨市道外区南马路120号职工大学（美华教育）



美华论坛
www.mhjy.net

- 颁证单位：中国经济管理大学
• 主办单位：美华管理人才学校

全国职业经理MBA双证班

精品课程 火热招生

函授学习 权威双证 全国招生 请速充电



- 近千本**MBA**职业经理教程免费下载
- -----请速登陆: www.mhjy.net

客户管理工作测评			电子文件编码	CP - B02 - 001
			共 2 页 第 1 页	
一、信息管理				
权重	30%	单项测评结果	单项总分	单项测评分
1. 管理工作制度化和规范化,并不断完善。 () 2. 及时提交客户信息报告或口头、电话报告。 () 3. 按企业形象、知名度、信用状况、交易规模、业务时间长短划分客户。 () 4. 定期向上级汇报客户信息,整理审核报告。 ()				
二、客户服务管理				
权重	30%	单项测评结果	单项总分	单项测评分
1. 调查有关客户经营项目、产品库存、进货、销售状况并进行研究。 () 2. 调查、分析客户对本企业及产品的批评、建议、希望和投诉。 () 3. 搜集对客户经营有参考价值的市场行情、竞争对手动向、营销政策等信息。 () 4. 向客户介绍本公司产品性能、特点和注意事项,对客户进行技术指导。 () 5. 征询客户各方面意见,发放征询卡。 () 6. 对客户申述事项进行处理与指导。 () 7. 对客户进行技术培训与技术服务。 () 8. 帮助客户解决生产技术、经营、管理、使用等方面的技术难题。 () 9. 定期或不定期地向客户提供本公司的新产品信息。 () 10. 举办技术讲座或培训学习班。 () 11. 向客户赠送样品、试用品、宣传品和礼品等。 () 12. 开展旨在加强与客户联系的公关活动。 () 13. 定期派营销员拜访客户。 () 14. 根据上级确定的方针,制定年、季度和月份巡回访问客户计划,交由专人实施。 () 15. 对特殊客户,认为有必要赠送礼物时,按规定填写“赠送礼品预算申请表”,报主管上级审批。 () 16. 建立、健全巡回访问活动和日报、月报制度。 () 17. 根据日报内容,及时填制巡访紧急报告,报上级处理。 ()				

客户管理工作测评			电子文件编码	CP - B02 - 001
			共 2 页	第 2 页
三、客户提案管理				
权重	10%	单项测评结果	单项总分	单项测评分
1. 以降低客户购买成本和使用成本为目标的提案内容。 () 2. 每半年提出提案目标和提案收集计划,并及时通知客户。 () 3. 对客户提案表格做管理记录,及时送交相关部门研究分析。 ()				
四、客户投诉管理				
权重	20%	单项测评结果	单项总分	单项测评分
1. 建立专门的制度和人员来管理客户投诉问题。 () 2. 做好各种预防工作,使客户投诉防患于未然。 () 3. 不断提高全体员工的素质和业务能力,树立为客户服务的思想,加强企业内外部信息交流。 () 4. 对客户投诉迅速作出反应,力争在最短的时间内作出解决,给客户一个圆满的答复。 () 5. 处理问题时分清责任,确保问题妥善解决。 () 6. 详细记录客户投诉处理,吸取教训,总结经验,为以后提供参考。 ()				
五、新客户开拓				
权重	10%	单项测评结果	单项总分	单项测评分
1. 确定新客户的范围,选择新客户开拓计划。 () 2. 搜集资料,分析潜在客户情况,为新客户开拓活动提供背景资料。 () 3. 实施新客户开拓计划,确定与潜在客户联系的渠道与方法。 () 4. 召开业务交流进展情况会,总结经验,提供对策,对下一阶段工作进行布置。 ()				

辅助性研究管理工作测评			
电子文件编码	CP – B02 – 002	测 评 时 段	
责任人、职位		部 门	
等 级 标 准	优秀:80分以上,良好:60 ~ 80分,一般:40 ~ 60分,不合格:40分以下		
计 分 方 式	单项测评分 = $\frac{\text{单项总分}}{\text{项数} \times 5} \times \text{权重系数}$ 总测评分 = 单项测评分之和		
测评级别定义	5分:超过了工作要求 4分:很好地达到了工作要求 3分:全部达到工作要求 2分:基本达到工作要求 1分:未能达到工作要求		
测 评 项 目	单项总分	单项测评分	
国际及国内的营销研究			
评 量 研 究			
决定研究目的			
决 定 资 讯			
总 测 评 分			
综 合 评 语			
改 进 方 向			
备 注			

辅助性研究管理工作测评			电子文件编码	CP - B02 - 002
			共 2 页	第 1 页
一、国际及国内的营销研究				
权重	30%	单项测评结果	单项总分	单项测评分
<p>1. 当营销活动向国际进军时,企业有目的地学习目标市场国的文化,了解他们的政治系统,判定他们的稳定性,认清社会结构和语言上的差别。 ()</p> <p>2. 评估所在国市场,有意识地学习了解他们商业活动的限制与机会。 ()</p> <p>3. 了解所牵连的变数数目,重视其间的交相作用。 ()</p> <p>4. 透过国际市场,将企业置身于一个多样的竞争中,记录竞争活动,评估运作的真实以及潜在的影响。 ()</p>				
二、评量研究				
权重	20%	单项测评结果	单项总分	单项测评分
<p>1. 研究利益策略的替代方案,使公司在没有足够资讯下进行国际化作业,减少风险。 ()</p> <p>2. 研究人员将证实资料给经理人看,并且评比稀有资源的配置。 ()</p>				
三、决定研究目的				
权重	30%	单项测评结果	单项总分	单项测评分
<p>1. 研究国外市场的机会分析。 ()</p> <p>2. 分析由死亡率、人口数字等一般市场变数开始。 ()</p> <p>3. 研究人员对每一个单独市场的资讯做初步衡量。 ()</p> <p>4. 着重考虑国内及国外的相关限制。 ()</p> <p>5. 当进口时,企业转移他们的主要焦点,由供给而定来源。 ()</p> <p>6. 仔细阅读判别是否可能出口。 ()</p> <p>7. 分析国内可能禁止进口某类商品的立法及限制。 ()</p> <p>8. 研究市场扩展时可能渗透的市场。 ()</p>				

辅助性研究管理工作测评			电子文件编码	CP – B02 – 002
			共 2 页	第 2 页
四、决定资讯				
权重	20%	单项测评结果	单项总分	单项测评分
1. 审查资料来源的品质,设立专人负责搜集,并指明研究特定方向。 () 2. 检查资料的品质,为日后资料显示度提供保障。 () 3. 对资料的关联度作出严格规定,使资料能真正解决公司所要寻求的特定问题。 () 4. 肯定资料本身的正确性和可信度。 () 5. 审查资料的时效性。 () 6. 审查资料的广度、真实性、正确度,减少不必要的资料文件。 () 7. 比较不同国家所取得的资料,着重考虑其相关性与相容性。 () 8. 企业给予研究员的便利,及绝对自立权,另外考虑资料索取价格。 () 9. 详细检查资料需求,仔细斟酌挑选合用资料,以达最合乎理想的要求。 () 10. 解析和会诊取得的资料,得到研究目的结论及对企业有益的结论,提高国际营销研究工作的能力,使企业学到许多宝贵的经验。 () 11. 向管理阶层报告研究结果,报告内容精确,节省经理人的时间,给研究功能和实践以展示机会。 ()				

网络广告管理工作测评			
电子文件编码	CP - B02 - 003	测 评 时 段	
责任人、职位		部 门	
等 级 标 准	优秀:80分以上,良好:60 ~ 80分,一般:40 ~ 60分,不合格:40分以下		
计 分 方 式	单项测评分 = $\frac{\text{单项总分}}{\text{项数} \times 5} \times \text{权重系数}$ 总测评分 = 单项测评分之和		
测评级别定义	5 分:超过了工作要求 4 分:很好地达到了工作要求 3 分:全部达到工作要求 2 分:基本达到工作要求 1 分:未能达到工作要求		
测 评 项 目	单项总分	单项测评分	
受 众 分 析			
确定沟通目标			
信 息 设 计			
选 择 中 介 与经费预算			
效 果 检 测			
总 测 评 分			
综 合 评 语			
改 进 方 向			
备 注			

网络广告管理工作测评				电子文件编码	CP - B02 - 003
				共 2 页 第 1 页	
一、受众分析					
权重	20%	单项测评结果	单项总分	单项测评分	
<p>1. 广告围绕企业的目标顾客群进行设计和编排,与目标受众保持协调一致,分析、了解目标受众。 ()</p> <p>2. 网络广告策划时先进行定位,分析提供的产品或服务的目标与 Internet 用户相一致。 ()</p> <p>3. 分网络的现有受众与企业目标市场的重合度,通过抽样调查寻找这一指标。 ()</p>					
二、确定沟通目标					
权重	20%	单项测评结果	单项总分	单项测评分	
<p>1. 评价网络广告的目标、主题、内容、表现手法,确定广告活动,根据广告活动所引起目标受众心理上的反应程度,通过网络广告沟通,使目标受众顺利完成从认识、感知到行动的心理过程。 ()</p> <p>2. 主动宣传网络广告,引起目标受众的注意。 ()</p> <p>3. 针对每个人的认知和行为过程,建立顾客数据库,确定个体沟通目标,实施个人跟踪沟通,有效地促使购买行动。 ()</p>					
三、信息设计					
权重	20%	单项测评结果	单项总分	单项测评分	
<p>1. 向目标受众提供足够详尽的具有逻辑和说服力的信息,最终促成购买决策。 ()</p> <p>2. 根据网络广告沟通目标的要求,信息设计不仅传送大众化的信息,还传送个性化的信息,实现大众沟通和个体沟通的统一。 ()</p>					

网络广告管理工作测评			电子文件编码	CP – B02 – 003
			共 2 页 第 2 页	
<div>3. 网页设计首先要设计信息内容,力求全面,层次清晰,提高网页的吸引力和信息表达程度。()</div> <div>4. 合理设计信息结构,链接速度快,传输速度快。()</div> <div>5. 设计信息的格式,使企业网页界面友好,易于导航。()</div>				
四、选择中介与经费预算				
权重	20%	单项测评结果	单项总分	单项测评分
<div>1. 选择具有雄厚资金、技术力量、广泛市场、高速运行与出口的服务商。()</div> <div>2. 正确编制网络广告预算,使广告活动得以顺利进行。()</div> <div>3. 区别网络广告与传统广告媒体的收费,以效果取决收费标准。()</div>				
五、效果检测				
权重	20%	单项测评结果	单项总分	单项测评分
<div>1. 通过服务器终端的访问软件随时检测访问量。()</div> <div>2. 查看客户反馈量,判断广告投放的效果。()</div> <div>3. 使用专门广告评估机构充当权威监测人。()</div>				

全国迷你型MBA职业经理双证班

- 学习方式：全国招生 函授学习 权威双证 国际互认
- 认证项目：注册职业经理、人力资源总监、品质经理、生产经理、营销策划师、物流经理、项目经理、企业管理咨询师、企业总经理、营销经理、财务总监、酒店经理、企业培训师、采购经理、IE工业工程师、医院管理、行政总监、市场总监等高级资格认证。
- 颁发双证：高级注册 经理资格证+MBA研修证+人才测评证+全套学籍档案
- 收费标准：仅收取1280元 招生网址：www.mhjy.net
- 报名电话：13684609885 0451—88342620
- 咨询邮箱：xchy007@163.com 咨询教师：王海涛
- 学校地址：哈尔滨市道外区南马路120号职工大学（美华教育）



美华论坛
www.mhjy.net

- 颁证单位：中国经济管理大学
- 主办单位：美华管理人才学校

全国职业经理MBA双证班

精品课程 火热招生

函授学习 权威双证 全国招生 请速充电



- 近千本**MBA**职业经理教程免费下载
- -----请速登陆: www.mhjy.net