

# 客户关系维护实操探析

赵 莉

(达拉特旗农村信用合作联社,内蒙古 鄂尔多斯 014300)

**摘 要:**伴随着社会的不断发展,公司的注重点已经逐渐从产品、规模方面转移到了用户上,并且开始追求服务至上的理念内容,将用户的自身价值不断扩大,再让其转变成经济利润,从而达到集约化经营模式的改变。同时,优秀的客户关系是公司进步与发展的关键因素,需要对其进行认真、良好的维护。基于此,本文重点分析了客户关系维护的作用以及意义,同时细致阐述了客户维护过程中的问题、解决策略,以及相应的实际操作,以供参考。

**关键词:**客户关系;维护;转变服务观念

**【DOI】**10.12231/j.issn.1000-8772.2021.23.098

## 1 引言

通过对客户的良好维护,能够在一定程度上帮助到市场分析与策划工作,并为其提供基础的数据信息,从而让自身与用户之间能够产生良好的沟通交流。客户关系主要是,公司将客户获得、保留、忠诚、活力为关键目标,建立出用户信息将转变成良好的关系管理、多次循环的程序。在近些年间,国内出现了“客户关系管理”的热潮,部分公司顺应时代发展,使用其中的概念内容与技术手段,来强化与客户的关系,提升业务发展。

## 2 客户关系维护的作用、意义

### 2.1 体现经营理念

在进行用户关系维护后带来的效益,让相应公司逐渐开始重视自身与客户之间的关系。公司成功与否,不仅是在价格上存在竞争,同样涉及到了用户需求的满足程度,与其建立起长久的合作关系,让行业之间的竞争因素变成了客户服务。从此处能看出,公司与客户之间的关系,与企业的成功产生了直接联系。通过对客户关系管理加大重视,是将自身竞争力提升的关键因素。

### 2.2 提高公司业绩

只有将客户维护的工作质量提升,才能够因此吸引来大量的忠实用户,并为公司创造长久的优秀业绩。客户的忠诚度主要是指用户在接受相应的产品、服务之后,从心理、身体上,对相应的产品、品牌、供应商产生了追捧。客户忠诚度是进行营销活动的关键部分,能够衡量出消费人员对产品的认可程度,特别是在价格出现改变时。并伴随忠诚度的逐渐提升,消费者受到同行竞争的影响便会逐渐减小。由此能够看出客户的忠诚程度是对消费人员行为、日后利润的综合指示器。

### 2.3 树立良好形象

将用户维护的质量提升,来建立起自身的良好形象。伴随着社会进步,在市场经济的影响下,塑造出优秀公司形象是非常关键的。公司形象作为对外的整体感觉,还是群众对其的印象、认知,能够反映出内部的真实状况。创造出良好的公司形象,不仅能够获得社会的信赖、支持,还能够在产品占领市场时,发挥出巨大地推动作用,让其获得社会的支持与认可、提升公司的筹资能力、吸纳相应的人才、提升总体凝聚力。

## 3 客户关系维护的问题

由于客户在与公司进行对接时,容易出现多种随机因素,从而让其与同用户之间的存在一定的,这会对公司的满意程度产生影响,同时,还阻碍着自身的长久发展。

### 3.1 重视程度低

从公司的客户关系开发、管理工作的角度上讲解,管理层会在

客户关系处理上存在错误认知,这是一件非常普遍的事情,会对公司的用户关系开发、维护工作产生巨大影响。通过对部分公司调查能够得知,其中的一些公司仍会在日常工作中,受到传统理念、方式的影响,过度重视经营管理,忽略了客户关系的维护与开发,从而在交易之后,对用户信息管理的水平较低,同时,管理层存在的错误认知,让其在工作中漏洞频出,直接影响了公司的服务质量,以及用户的满意程度<sup>[1]</sup>。

### 3.2 管理理念落后

正常来说,公司通过让全体职员的用户关系理念得到优化,再将其落实到现实工作中,便能够在一定程度内将用户关系的管理质量进行提升。但通过对部分公司的调查,发现国内其中一部分的公司,在用户关系处理工作上,仍是处于落后状态,这对客户管理处理工作的开展造成了严重阻碍。服务大厅虽然贴着“客户至上”标语,但在现实工作中,更加重视的仍是交易本身,不是发掘客户的需求内容。该情况导致用户对其整体的满意程度不断下滑,这会阻碍公司在当前时代的发展。

### 3.3 信息化水平低

在对公司进行现实调查后,发现一部分公司在用户关系管理信息化程度低的基础上,依然忽视关系管理、软件开发方面的工作。部分公司未能使用信息化软件,来创建出完善的数据库,使得工作不能达到用户实时性的需求。部分公司在一定程度上保护使用户信息开发、软件使用,但未能对其中潜在的问题进行细致分析,从而让整体管理效率不断下降。

## 4 客户维护问题的解决措施

### 4.1 加大重视程度

从公司的客户关系开发、完善维护工作的角度进行分析,管理层人员对用户关系管理的认知,会对工作开展产生一定影响,为此,想要提升客户关系维护、管理的效果,便需要加深对用户关系管理的正确认知。为了将该问题改善,便需要领导层组织管理层人员,让其学习并掌握客户关系管理的专业知识,不断加深自身的正确认知,明确客户关系开发、维护的重要程度。同时,领导层还需要让员工思想、言行上,对用户关系管理加大重视,增加该方面的成本投入,来保障基础设施数量充足、齐全,从而确保整体工作的进展顺利,并因此获得用户的大量好评。

### 4.2 树立正确观念

伴随着市场的不断改变,群众的传统观念逐渐发生转变,愈加注重生活中的投资理财,为此公司需要创建出现代化的客户关系理念内容。将用户作为工作重心,提升客户关系管理工作的灵活性,使用多样化的手段,来对用户的真实需求进行了解,以此来推动公司

的利润发展。优秀、稳定的服务是公司给予客户最为关键的反馈,这能够让用户与公司之间建立良好的关系;与此同时,公司需要具备“全员服务”的理念,让所有人员都投入到用户关系维护工作中,将整体服务质量进行优化。

#### 4.3 建立管理系统

想要让公司与用户之间的关系进行良好管理、开发,最佳办法便是创建出用户关系的数据管理库。公司需要将自身当前具备的信息内容作为基础,来多角度地建立数据存储库,其内部细致的记载客户信息内容、需求等内容,并将其进行存档,防止信息流失,以此来将客户的关系管理、维护的质量提升,从源头上提升工作质量。

#### 5 客户关系维护的实际操作

在与客户建立长久联系时,需要将其作为中心关键,并为其提供优秀的线下服务内容。农村信用合作联社是由辖区内农民、工商户、公司法人、其他经济体、本社职工组成的社区性金融机构,主要是为三农的发展工作提供资金,其中还涉及了农信社的银行部、信贷部等。在现实工作中需要将无形服务转变成有形,像是优化空间环境、填设人性化服务设施、塑造优秀职工形象等,都能够让其感受到公司的独有特色。并以先进的电脑设备、软件作为基础,来满足用户个性化需求,优化与客户之间的关系<sup>[1]</sup>。

同时,在进行用户维护过程中,不仅要满足其需求,还需要让服务质量高于用户预期效果。在强化客户关系管理,提升其体验感的措施时,可从以下几方面中进行:

##### 5.1 转变服务观念

在以往的客户关系维护工作中,主要的关键点是从产品质量入手,来进行用户营销工作。在当前产品质量相同的状态下,想要吸引住客户,便需要将其忠诚度提升,才能够保障公司长期处于不败之地。公司员工在开展工作时,需要将客户需求放在主要位置,切身实际地将用户作为工作核心,再向其中融入相应的产品作为工具,来为客户提供科学、并且具备针对性的服务内容。通过提升服务工作的效率、质量,将用户自身作为前提,不断将流程中的内容进行规范,优化管理的体系内容,促使网点服务工作进一步提高。同时通过将正确、规范的标准、理念落实到内部各个岗位,强化管理监督力度,确保能够对客户投诉内容进行妥善、及时的处理。

##### 5.2 加强客户经理建设

想要将用户关系进行稳定与维护,便需要将内部职工组织起来,让其参与到银行、证券、保险的从业认证资格考试与专业培训活动中,将整体的素质水平进行优化,完善客户经理等级、晋升的机制内容,强化员工的职业操守、以及管理力度,持续增强服务理念内容的灌输,严肃解决日常工作执行中所遇到的问题,能够对舆论的监督进行自觉遵守。想要将服务体系考核的建设工作进行强化,便需要将客户满意程度与职工工资产生关联,并以此来创建出适宜的人才培养体系。

##### 5.3 充分利用贵宾系统

例如:在农村信用合作联社中,其中的客户经理人员可依据OCRM的贵宾维护系统、营销软件,来达到线上查询客户资产等级信息、分布状况、总体配置、基金等方面内容。在软件内部包含着用户过往所有的经历,可将其作为关键的基础信息,来开展分析、思考工作,构建出交易的模拟模式,简单勾画出相应需求内容。同时,根据相应大数据分析、客户的资产情况,来进行相应的分群工作,预测出可能会产生的需求内容,再以此进行差异化的服务工作,让营销更加精准,提升客户满意程度,从而加深公司与用户之间的关系<sup>[2]</sup>。

##### 5.4 优化线下传统模式

在以往的营销模式中,常用的主要有:面谈、短信、电话三种方式。面谈在所有的方式中,是最为常用且有效的手段,在与客户进行面对面交谈时,更容易发现其中心需求,用户同样能够体会到公司的热情服务。在进行面谈时,需要时刻以客户为中心,放弃过于自我的言论,并站在客户的角度进行分析与思考,认真倾听需求内容,并时刻为打消客户的顾虑做好准备,在该过程中细致倾听客户需求,能够将其满意程度提升。

短信营销的方式,在生活中是较为常见的,根据不完全的统计数据表明,每年垃圾短信的数量已经多达100亿条。在使用该方式进行客户关系维护与营销时,需要确保内容的“快”“准”“狠”。其中“快”主要是指需要第一时间将优质产品、信息推送出去,先占据住市场中的先机;“准”是指依据数字形式,来将信息中的视觉冲击效果表现出来,重点清晰可见;“狠”是指依据将数字进行缩减,使用最为简练的数字,来将整体内容表述出来。信息内容进行推送时,可以向公告、问候、职能的形式偏重,以此来获得客户的服务认同感。

电话营销,公司通过电话的方式,来将用户的需求内容进行扩展,如果是相应的陌生拜访,以客户经理的身份进行问候,询问客户在产品上的使用满意度,并因此创建出主动性的关系。如果是已经存在联系的客户,可依据电话邀约、产品推销的形式进行营销,激发客户自身的需求。

#### 5.5 强化线上维护模式

近年间,伴随着线上服务工作的开展,农村信用合作联社的线上活跃人数已经达到了5100万的大关,客户不仅能够通过线上软件进行理财产品购买,还能进行账户查询、水电费支付等,其已经涉及了大部分的客户业务,用户通过电子渠道,来让用户体会到方便、快捷、优秀的服务。同时,线上的软件使用,能让用户随时与客户经理进行交流,享受着一对一的专业化服务。同时,在第三方平台方面,每月活跃余额账户已经达到了11.4亿人民币,在微信平台上创建的营销功能同样是数不胜数,通过创建出相应的金融小店功能,来让客户经理在该平台上定向推送产品信息,优化客户的体验感。不仅如此,微信公众号平台,同样是服务开展的重要依托,通过发布公告类、科普类内容,来让用户能够在第一时间对最新资讯进行了解<sup>[3]</sup>。

#### 6 结束语

从以上文章中能够看出,客户关系的维护与管理工作的公司进步、发展的关键因素。想要确保能够与用户之间建立良好的关系,便需要熟知客户关系维护的作用意义、客户关系维护的问题、解决措施,以及关系维护的实际操作内容,让工作人员能够将客户作为工作重心,完善整体的灵活性,创建出用户的信息管理系统,以此来提供优秀的服务,让客户与公司的关系不断加深,改善相应的满意程度与忠诚度。

#### 参考文献

- [1]周华兰,唐文源,周黎.“客户关系管理”混合式教学改革探析[J].黑龙江教育(高教研究与评估版),2020,000(002):21-23.
- [2]韩丹阳.客户关系管理在企业市场营销中的价值与运用探析[J].现代营销(经营版),2020,335(11):164-165.
- [3]张媛媛.E 保险公司客户关系管理优化研究[J].中国管理信息化,2020.
- [4]李倩舒.生鲜新零售可持续发展模式探析——基于盒马鲜生和小象生鲜的案例研究[J].江苏商论,2020,000(004):16-18.