

客户经理心得分享 客户经理工作心得体会 (优质8篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

客户经理心得分享篇一

我进入烟草公司工作已有十年多的时间了，虽说今年才刚刚走进营销队伍，对很多工作上事情的理解尚处在探索的过程。但在对客户的走访中，让我接触到了很多以前在其他部门没有也不可能学习到的东西，在这里，就对客户经理的工作浅谈本人的一点体会。

就要认真践行两个利益至上的行业价值观，“利国惠民、至爱大成”的核心价值理念，“四满意”的服务宗旨，构建和谐烟草，和谐社会的服务经营理念，让零售客户觉得烟草公司很重视他们，把他们看成烟草大家庭里的一分子，零售客户就愿意接近你；还有就是尽可能和零售客户一起做一些力所能及的小事，比如亲自动手帮助零售客户陈列卷烟，给零售客户摆放标价签等等，都有利于拉近客户经理和零售客户之间的距离。客户经理和零售客户的距离近了，零售客户就会打开心扉接受，服务工作对零售客户才会产生效果。其次是提升说服力，取得零售客户的信任。所谓说服力就是运用各种可能的技巧去说服零售客户的能力。这一点对客户经理来说非常重要，客户经理的一项重要工作就是品牌培育，就需要客户经理去说服零售客户上柜销售所要培育的品牌。这就需要客户经理通过学习，掌握新品卷烟的基本信息和卖点：比如：新品卷烟的产地、名称、包装、吸味特点、价位、与其他品牌的不同之处、新品卷烟的文化、内涵和获利空间等

信息，与零售客户交流，说服零售客户上柜销售；其次我们也可以利用他们身边鲜活的事实来说服零售客户，客户经理每天都与各种各样的零售客户打交道，通过有目的的沟通和细心的观察，会获得一些信息和销售经验，针对性的与零售客户一起分享，有时会起到一种意想不到的效果，比如：外省卷烟品牌培育，外省烟有许多零售客户都因消费者少不愿卖，你可以通过与订了新品的客户进行这个新品的销售情况等信息收集，与其附近的零售客户进行分享，零售客户就会想到他那儿都能卖，这儿也一定能行，于是就订购了，这样品牌培育工作也许就成功了。

当然这些都需要客户经理要善于学习、总结，因零售客户的经营素质参差不齐，有的零售客户比较关注卷烟吸味、有的零售客户比较关注利润、有的零售客户比较关心产地等等，你要投其所好，采用零售客户的关注点与他进行交流沟通，才会有起到好的效果，其实只要用心学习，耐心地教零售客户，一定会找到能说服零售客户的方法，零售客户被说服了，他就会信服，服务工作就走进了零售客户的心里。

件事，他也就会引起重视。客户经理执行力强，工作就有目的性，抓得住重点，就会起到事半功倍的效果。最后一点就是提升协调力，坚定零售客户经营卷烟的信心。为零售客户排忧解难，使零售客户获得满意结果的能力。零售客户在实际卷烟经营中会遇到各种各样的困难，对零售客户提出的困难，要多咨询领导、同事及相关部门的意见，积极的想办法协调解决，对不能解决的，要明确告诉零售客户怎么去处理这件事，事后一定要向零售客户关心一下处理的结果；比如，客户向你反映他的烟弄错了，要弄清楚是送货员送错了，还是订货员弄错了，然后再及时向相关部门反映解决，事后一定不要忘了过问一下处理结果，因你及时上报相关部门，相关部门会及时采取措施，这样零售客户会觉得他的问题公司非常重视，从而增加零售客户好好卖烟的决心。又比如：客户经理在市场走访中，发现有无证经营卷烟客户，更重要的是要有对市场的敏感度，要逐渐加强对市场的研究和分析能

力以及合理的处理销售的过程中产生的问题和矛盾。

客户经理开展工作时，是通过走访客户，了解客户的实际情况，和客户的沟通交流来实现的。什么是有效的沟通?如何去进行有效的沟通?事实上这就是我们客户经理所要研究的问题了，有效的沟通是建立在对客户充分了解的基础上，结合自己的工作目标，通过合理的方式和丰富的工作经验，达到自己所期望的目的。客户经理可以通过有效的沟通增进对客户了解，同时也让客户更好的理解、支持自己的工作。通过我们的工作让客户最大程度的满意，进而增进与客户之间的客情关系。良好的客情关系的回报就是得到广大客户的衷心支持，最终获得良好的市场效益。

客户是企业的上帝，这是一条亘古不变的法则，如何更好的为客户服务，是摆在我们面前的一个课题。客户经理是烟草商业企业的一线人员，是最了解客户信息、也是最熟悉市场的一个平台。一个合格的客户经理应善于充分利用自身优势，为公司领导决策提供第一手资料，向客户传递行业信息，维护企业的利益的同时利用自身业务能力为客户谋取更大的利润空间。接受不能改变的，改变不能接受的。我们的客户形形色色、性格迥异，这是无法改变的事实。在对客户的工作过程中我们也许会遇到各种各样的困难，但我相信态度决定一切。我们只要秉承“至诚至信、全心全意”的行业服务理念，只要把企业的利益和客户的需求时刻牢记，我们将从成功走向辉煌!

客户经理心得分享篇二

怀着无比的憧憬与向往，我融入了客户经理培训的'大集体。我觉得人生仿佛雨后的彩虹，开始展现出璀璨夺目的光芒。于是，和同样怀着梦想的同事一起，我们组成了xx银行第一期客户经理培训班——一个团结奋进的班级。

总以为培训过程是简单而又轻松的，没烦恼也没有有压力，

可是，在经过了14天的培训过后，我发现这真的是一项艰苦的工作，需要不断的努力奋进，需要顶住压力发挥潜力，需要把自己全身心的工作热情全部投入进去。

在这14天的培训当中，我学到了很多的东西，比如如何审查企业报表，如何做好贷前的审查（包括企业的环境、企业老总的素质和贷款的风险等）贷后的跟踪检查，如何做好营销工作，以及营销的技巧等等。在学习的过程中，我体会到了前所未有的感受，这其中既有苦涩也有甜蜜。

在培训之前，所有学员就被分为五个组，一开课，先选出了组长，班长，每个组还定下了队名和队呼并进行了展示，课内课外的每时每刻，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。

我很荣幸地得到了组员们的信任而成为了组长，但更加深刻感受到的，是我肩上的压力和责任，几天下来，组员们表现得都很不错，我想对组员们说：你们都是最优秀的。而我，也更加地看到了自己的不足，以后我会更加努力地提高自己。“没有完美的个人，只有完美的团队”，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，我们要“建设一流的团队，创造一流的效益”。

站在客户的角度为客户服务，要以客户的标准为标准，并要有超越客户的期望的标准，要充分考虑到客户的需求，急用户之所急，想客户之所想，让客户得到超越期望的更加满意的答复，只有这样才能赢得更多的客户。特别还要注重细节，学会使用沟通的技巧，任何一个微小的失误都可能决定成败，

在日趋激烈的竞争中客户随时可以离开我们，而选择其他人。服务是制胜的关键，客户服务是产品的重要组成部分。服务和产品本身都是竞争力的重要组成。

在市场竞争日趋激烈的今天，银行产品在价格和性能上的差异表现得越来越不明显，要想突出产品的个性化，打响自己的品牌，获得客户的青睐，新颖和完善的客户服务是我们致胜的法宝，客户服务的差异性形成了产品的差异性，所以客户服务是至关重要的，我们要用卓越的服务来赢取客户。

在培训中我们是这样要求自己的，而在工作中，往往也存在着某些或多或少的合理的或不合理的东西，我们都要保持一种积极的心态去对待，抱着更大的热情的去面对挑战。要注意调节自己的情绪。面对工作压力时，应该将每次的困难当作一种考验，当作是再次体现自身价值的一个机遇。在每次对新的考验机会的期待中，使自身的价值得以提高，也就将压力转变成前进的动力。

客户经理心得分享篇三

-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

-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。

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日提出需求，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。

客户经理心得分享篇四

1、对用户外呼，虽然不是面对面的直接交流，但自己的心情是可以通过电话流露出来用户能感受的到，首先一定要调整好自己的心态，要让用户通过声音感受到你是在微笑的、真诚的服务。要用心的聆听用户提的每一句建议，问的每一个问题。所以态度就是决定是否能成功的基石。

2、在外呼前要做好充足的准备，查询清楚用户的相关资料，

包括用户的使用习惯、每月的消费水平等等。不能直接提起电话就向用户外呼，这样对用户是一种尊重，让用户感受到“用户至上”，只有有了准备，机会也会随之而来。

3、在与用户交流的过程，是决定是否能自己外呼成功的关键之处。外呼是维系客户经理最主要的维系方式，通过用户的语气要分析用户的心理，只有掌握住用户的心理，分析他是哪种类型的用户，才能迅速的调整方案方便更进一步的进行营销与维系。

以上就是自己此次学习优秀外呼录音的几点体会。虽然不是详细，但是“三人之行，必有我师焉”。在今后的维系工作中，只有不断的加强学习，不断的总结，再学习再总结才能将维系工作做的更好。因为客户服务“只有起点、没有终点”。我相信真心的付出用户是能感受到的，辛勤努力后，生活同样也会回报你一个灿烂的微笑！

客户经理心得分享篇五

20xx年，对于咱们银行员工来说有许多值得回味的东西，尤其是工作在客户经理岗位上的我，感触就更大了。竞争让我一开始就感到了压力，也就是从那时候起，我在心里和自我较上了劲，必须要勤奋努力，不辱使命，是这样想的，也是这样做的。一年来，我在工作中紧跟部门领导班子的步伐，围绕部门工作重点，尽力的完成了各项工作任务，用智慧和汗水，用行动和效果体现出了爱岗敬业，无私奉献的精神。

客户在第一，存款是中心

由于客户政策变化因素和内部的不正当恶性竞争，致使我的存款有了很大的减少，截至此刻，我存款任务仍然日均xx万元，完成个人揽储xx万元。我在工作中始终树立客户第一思想，把客户的事情当成自我的事来办，急客户之所急，想客

户之所想，在工作方法上，始终做到“三勤”，勤动腿、勤动手、勤动脑，以赢得客户对我行业务的支持。我在工作中能够做一个有心人。

“客户的需求就是我的工作”

我在银行从事信贷、存款工作十几个春秋，具备了较全面的独立工作本事，随着银行改革的需要，我的工作本事和综合素质得到了较大程度的提高，业务水平和专业技能也随着各阶段的改革得到了更新和提高。为了不辱使命，尽力完成上级下达的各项工作任务，我作为客户的客户经理，应对同业竞争不断加剧的困难局面，在部门的帮忙下，大胆开拓思想，树立客户第一的思想，征对不一样客户，采取不一样的工作方式，努力为客户供给最优质的金融服务，自我对工作的理解就是“客户的需求就是我的工作”。

开拓思路，勇于创新，创造性的开展工作

随着我国经济体制改革和金融体制的改革，客户选择银行的趋势已经构成，同业竞争日激烈，在业务开展上，我中有你，你中有我，在竞争中求生存，求发展，如何服务好重点客户对我行的业务发展起着举足轻重的作用。

我认为作为一个客户经理，时时刻刻地注重研究市场，注意市场动态，研究市场就是分析营销环境，在把握客观环境的前提下，研究客户，经过对客户的研究从而到达了解客户资金运作规律，力争将客户的下游资金跟踪到我行，实现资金从源头开始的“垄断控制”，实现资金的体内循环，巩固我行资金实力。今年在我的某客户中，资金流量较大，为使其资金做到体内循环，从点滴做起，以优质的服务赢得该单位的信任，逐步摸清该单位的下游单位，经过多次上门联系，使得该单位下拨的基建款都留在我行帐户。另外今年七月份在市政府要求国库集中收付预算单位账户和资金划转出商业银行情景下，进取的上门联系，成功留住该客户在我行的资

金。

又如以开展有益健康的健身活动为线索，既把与客户的交往推向深入，又打破了传统公关模式，在工作中收到了十分好的效果。今年x月份，在与一家房地产公司相关人员进行友好切磋球技的同时，获悉客户欲对其部分房产进行拍卖，进取的工作，使其拍卖款500万元，成功转入我行。

我对待工作有强烈的事业心和职责感，任劳任怨、进取工作，从不挑三拣四，避重就轻，对待每一项工作都能尽心尽力，按时保质的完成。在日常工作中，始终坚持对自己高标准、严要求、顾全大局、不计得失，为了完成各项工作任务，不惜牺牲业余时间，放弃双休和假期，利用一切时间和机会为客户服务，与客户交朋友，做客户愿意交往的朋友，我经过不懈的努力，在20xx年的工作中，尽管由于行内的不正当不公平的竞争，结果不尽如人意，但我尽了我的所能！明年争取更大突破！

客户经理心得分享篇六

首先，感谢公司领导给我这次宝贵的机会到烟草培训中心学习。七天的时间虽然很短暂，却使我受益匪浅，既通过营销理论知识的学习充实了头脑，又通过实践走访为以后开展工作打下基础。在学习中明确了“我是谁？我要干什么？如何干好？”的问题，强化了服务为本，竞争是魂的意识。客户经理制度是目前普遍采取的先进管理方法，我国作为世贸组织成员，卷烟市场的运行将与全球接轨，迎接市场挑战，已成为必然。面对国际间同行的竞争，我们已经越来越认识到占领市场、赢得并长期留住客户的重要性，努力提高客户满意度和忠诚度，已成为目前卷烟流通企业提升网建层次和水平的一项核心工作。

将辖区客户按照一定标准（如：销量，销售金额，单条值，守法程度等）细分。可分为城a□城b□城c□城d或村a□村b□村c□

村d,从而将商户区分开来,制定合理的走访次数。目前,对于紧俏品牌我们搞的是平均主义,这造成了小户不消化,结构高的商户闹饥荒的现象。我认为紧俏烟可以明确规定a□b□c□d类商户各给几条,从而调动广大商户的积极性,促动他们努力提升自己的级别。商户级别可以每季度评定一次。

在和x市公司客户经理走访时,我看到他们走访的客户有一部分是加盟连锁店,由烟草公司统一管理,烟厂出资制作柜台和陈列柜,加盟商户需要交纳一部分抵押金,如有违法行为将取消其加盟资格,并没收全部押金,用合同的方式制约他们。此举进一步提高了商户的忠诚度,又为其招揽顾客,从而达到双赢的目的。

俗话说没有规矩不成方圆,建立一整套完善的客户经理制度,努力提升销量指标完成率,单条价值提升率,名优烟增长率,主打品牌上柜率,营销实施到位率,目标客户维护率,客户质量转化率,客户投诉办结率,服务对象满意率,卷烟销售毛利率,这些指标可以解决客户经理工作的盲目性,用制度规范人,用制度约束人,从而最大限度地发挥客户经理的作用。

可用如下表格的形式做出周心得和月分析,算出准确的数据,这样可以帮助我们更有具体性和时效性地掌控市场,为领导做出决策提供准确的第一手资料。

如在企业主要业务和管理流程中,客户经理在销售预测、新客户的创建、客户信息维护、客户等级评定和变更具有主导权和知情权。在紧俏品种上客户经理支配一部分,以利于运作我们的主销品牌。

通过对x市公司的参观和实地走访,我认为客户经理的工作流程是:

一是晨会。(一)了解库存情况,因为客户经理要走在电访

员的前一天，所以预先知道库存情况是十分必要的。如若不然，客户问及时我们就不能给出明确的答复，由于客户经理与电访员的口径不一致造成不必要的矛盾。而目前我们还不能提前一天准确的知道库存情况。（二）由领导布置当日的工作重点。

二是出访前准备。（一）制定走访计划，预先充分估计可能出现的问题，以及应对措施。（二）携带拜访记录本以及访销预订单。

三是实地拜访。询问产品经销情况，查看商户卷烟库存，进行营销指导，推荐重点品牌，并协助进行理货陈列，宣传烟草公司的新信息、新政策以及市场信息的收集，协助商户写好订单，帮助处理在权限之内可以解决的问题。

四是每日小结。每日拜访结束后，就一天的拜访情况做出总结并向领导反馈客户提出的意见，并及时给客户以明确的答复，不拖，不靠，体现我们的高效性。

五是查阅资料。进入系统查阅明日需拜访的客户资料，包括其经营情况，本周、本月业绩完成数据，为第二天走访做好准备。

总之，通过这次学习使我自己有了清晰的认识，离真正的客户经理还相距甚远，做市场不能光靠吃苦耐劳，重要的是动脑筋，因为只有方法对了头，才能提高效率，我要在工作中思考，在思考中进步！

客户经理心得分享篇七

合格的客户经理必须具备良好的社会交际和组织协调能力，具有时间管理和团队精神的现代管理意识。下面小编为大家搜集整理的客户经理营销心得，希望大家喜欢！

首先，感谢公司领导给我这次宝贵的机会到烟草培训中心学习。七天的时间虽然很短暂，却使我受益匪浅，既通过营销理论知识的学习充实了头脑，又通过实践走访为以后开展工作打下基础。在学习中明确了“我是谁？我要干什么？如何干好？”的问题，强化了服务为本，竞争是魂的意识。客户经理制度是目前普遍采取的先进管理方法，我国作为世贸组织成员，卷烟市场的运行将与全球接轨，迎接市场挑战，已成为必然。面对国际间同行的竞争，我们已经越来越认识到占领市场、赢得并长期留住客户的重要性，努力提高客户满意度和忠诚度，已成为目前卷烟流通企业提升网建层次和水平的一项核心工作。

一、客户细分，进行个性化、差异化的服务。

将辖区客户按照一定标准(如：销量，销售金额，单条值，守法程度等)细分。可分为城a□城b□城c□城d或村a□村b□村c□村d□从而将商户区分开来，制定合理的走访次数。目前，对于紧俏品牌我们搞的是平均主义，这造成了小户不消化，结构高的商户闹饥荒的现象。我认为紧俏烟可以明确规定a□b□c□d类商户各给几条，从而调动广大商户的积极性，促动他们努力提升自己的级别。商户级别可以每季度评定一次。

二、尝试建立加盟连锁店

在和x市公司客户经理走访时，我看到他们走访的客户有一部分是加盟连锁店，由烟草公司统一管理，烟厂出资制作柜台和陈列柜，加盟商户需要交纳一部分抵押金，如有违法行为将取消其加盟资格，并没收全部押金，用合同的方式制约他们。此举进一步提高了商户的忠诚度，又为其招揽顾客，从而达到双赢的目的。

俗话说没有规矩不成方圆，建立一整套完善的客户经理制度，努力提升销量指标完成率，单条价值提升率，名优烟增长率，主打品牌上柜率，营销实施到位率，目标客户维护率，客户

质量转化率，客户投诉办结率，服务对象满意率，卷烟销售毛利率，这些指标可以解决客户经理工作的盲目性，用制度规范人，用制度约束人，从而最大限度地发挥客户经理的作用。

可用如下表格的形式做出周心得和月分析，算出准确的数据，这样可以帮助我们更有具体性和时效性地掌控市场，为领导做出决策提供准确的第一手资料。

五、客户经理必要的权限，以便树立客户经理在商户心目中的威信。

如在企业主要业务和管理流程中，客户经理在销售预测、新客户的创建、客户信息维护、客户等级评定和变更具有主导权和知情权。在紧俏品种上客户经理支配一部分，以利于运作我们的主销品牌。

通过对x市公司的参观和实地走访，我认为客户经理的工作流程是：

一是晨会。(一)了解库存情况，因为客户经理要走在电访员的前一天，所以预先知道库存情况是十分必要的。如若不然，客户问及时我们就不能给出明确的答复，由于客户经理与电访员的口径不一致造成不必要的矛盾。

客户经理既是银行与客户关系的代表，又是银行对外业务的代表，不仅需要全面了解客户需求并向其营销产品与业务，还要协调和组织全行各有关部门及机构为客户提供全方位的金融服务，这就要求必须要有良好的职业道德与综合能力。在工作中始终树立客户第一的思想，把客户的事情当成自己的事来办，想客户之所想，急客户之所急。

1、要有高度的责任感、良好的职业道德和较强的敬业精神。具有较强的责任心和事业心，在兼顾银行利益的同时，满足

客户的服务或要求。严守银行与客户的秘密。

2、应具备较高的业务素质和政策水平。熟悉和了解金融政策、法律知识、金融产品，通过在职岗位培训、轮岗培训、内部培训等方式，不断增强业务素质，以适应业务发展的需要。

3、要机智灵敏，善于分析和发现问题。有一定的营销技能与分析、筹划能力。

4、热情、开朗，有较强的攻关和协调能力。善于表达自己的观点和看法，与银行管理层和业务层保持良好的工作关系，团队协作精神强。

5、承受力强，具有较强地克服困难的勇气。能够做到吃千辛万苦，走千家万户。

二、客户经理要善于把握市场信息，及时满足客户需求

作为一名客户经理，要有清醒的头脑，灵敏的嗅觉，及时捕捉各种经济信息，并不断分析、研究、及时发现问题，反馈信息，促进银行业务的健康发展。要注重研究与开发市场，通过网络、媒体等手段，了解国家产业、行业、产品政策、地方政府的经济发展动态，分析客户的营销环境，在把握客观环境的前提下，调查客户，了解客户的资金运作规律，及时确定营销计划，巩固银行的资金实力。及时了解各家商业银行与客户业务往来情况及在我行所占的比重；同时坚持以客户为中心，明确客户的现状及发展规划，客户在我行的业务数量、质量、收益、潜力、需求等情况，锁定目标客户，建立起良好的合作关系。

三、客户经理应做好客户营销与客户维护工作

客户经理作为全权代表银行与客户联系的“大使”，应积极主动并经常地与客户保持联系，发现客户的需求，引导客户

的需求，并及时给予满足，为客户提供“一站式”服务。对现有的客户，客户经理要与之保持经常的联系，而对潜在的客户，则要积极地去开发。开发的目的是营销产品，力争实现“双赢”。根据银行的经营原则、经营计划和对客户经理的工作要求，通过对市场的深入研究，提出自己的营销方向、工作目标和作业计划。首先要本着“银企双赢”的原则，计算好本行的投入产出账，也替客户算好账，为客户设计最合适的金融产品组合；其次是细分客户，确立目标市场和潜在客户，对客户进行各方面的分析与评价。时刻保持与客户的联系和调动客户的资源，利用有效的沟通手段和沟通策略保持与客户的关系，对客户进行富有成效的拜访与观察。第三，在与客户的交往中，客户经理要积极推销银行产品。善于发现客户的业务需求，有针对性地向客户主动建议和推荐适用的产品。如有需求及时向有关部门报告，积极探索为其开发专用产品的可能性。第四，加强风险管理，有效监测和控制客户风险。密切注意客户生产、经营、管理各个环节的变化情况和大额资金流动情况，无论出现什么问题都要与资产安全联系起来考虑，及时采取措施。按照规定建立健全客户档案和监测台账，及时搜集整理、分析资料，实时监测客户信用情况；并认真做好贷后检查和日常检查，及时催收贷款利息和本金；必要时积极参与企业管理，协助企业搞好生产经营管理和财务管理，尽最大限度减少资金损失。

四、客户经理应不断地注重金融创新，加大优质服务，力争实现“双赢”

思维决定行动，行动决定结果。客户经理必须具有较强的开拓创新意识，主要体现在客户市场的开拓及金融产品营销的开拓。优质服务体现在全新的客户服务理念、全方位的客户服务内容以及现代化的服务手段上。为使简单枯燥的服务工作变得丰富而多采，真正体现客户第一的观念。客户经理在接触客户的过程中，要牢记“客户的需求就是客户经理的工作”这一发展思路，勇于创新，创造性的开展工作，用真诚的心，把兄弟情、朋友义注入工作中，要为客户所想、知客

户所愁，排客户所忧、做客户所需、情系客户心。用情去包容客户，用心去体谅客户，用爱去感动客户，用优质服务去发展客户。

针对不同客户，采取不同的工作方式，努力为客户提供最优质的金融服务。当客户过生日时收到我们送来的鲜花，一定會在惊喜中留下感动；如果客户烦恼时收到我们发来的短信趣言，也一定会把不快暂时抛到脑后，而抱以一丝谢意；而当客户不幸躺在病床，更因看到我们忙前忙后，楼上楼下奔跑的身影而感动……虽说事情都很平常、也很简单，但一定会赢得客户的支持与理解，促进彼此之间的感情。

我认为要做一名合格的客户经理，应以风险防范为中心，始终贯穿以客户为中心，创自身的品牌这一理念来培养我们的忠诚客户，树立信用社自己的形象，做出信用社自己品牌，从而最终实现我们的利润最大化。

很感谢个金部能给我这个学习的机会，总行宣讲团的优秀讲师给我的工作注入了新的灵魂，很多理念与思维都为我指引了另一条捷径，做为客户经理要有“人无我有，人有我优，人优我尽”的思想，不断学习，自我进取。

本次个金销售实战巡讲就如何做好个金产品销售，支行团队建设，个金客户经理日常工作管理等方面进行了宣讲。来自珠海分行个金部的陈铭铭老师和北京分行的尚琳琳老师，将自己的工作中收到良好效果的工作方法提炼成精辟的语言与我们分享。

作为一名客户经理在个金产品销售上负有很大责任，要做好个金销售日常的工作管理就显得尤为重要！老师分析的很贴切，针对客户维护工作中的弊端提出了很好的解决办法。对我自身日常工作的管理也提供了有益的方法，使用随身笔记本养成随时记录的好习惯。

例如每日记录工作日志，工作计划表□工作总结分析等。通过工作日志的形式记录每日工作内容，简要记录客户姓名，最佳沟通方式，沟通内容，是否需要后续盯住，对需要特殊跟踪的客户做特殊标记。除了记录清晰外对所记录的信息进行分类处理，便于客户管理。在有能力达到及有阶段增长性的基础上制作短中长期的工作计划，再加以实施方法，每日、每月、每季进行总结分析，不断接近任务目标！

例如对于“每天很忙碌，但下班时回想一下一天的工作也没做什么 明明比别人工作勤奋，但他的销售业绩却不出众 ”的反思，通过总结问题点出工作日志的重要性！

首先，合理使用《中高端客户维护记录表》、《客户经理日志》、《待跟进客户信息记录表》、《客户需求分类表》个表格，记录每日已接待客户、待跟进客户、贵宾客户的维护情况。如：接待客户有哪些需求；回访客户对我行产品服务有何意见及建议；有哪些客户询问的哪些问题，应该向哪些相关部门反映！有特殊情况的另作标记，方便日后查找，对客户做回访！

其次，定期对日志进行回翻，查看哪些工作已经完成，哪些工作仍再继续，哪些工作被中途搁置，哪些工作尚未开展！客户跟进方面，一个技巧是记住客户的姓名，在电话回访或者是网点营销时能直接叫出客户，是客户感到备受关注的必要情感关怀！所以就要求客户经理在每日频繁接待客户的同时记录下客户的基本信息，有可能的话将一些个性化很强的特征记下，相信在日后的客户营销工作中会对客户关系的维护，客户关系的拉近起很大的推动作用！

再如“在客户关系上，自我感觉能把握住客户，自觉很牛，但经常发生客户流失情况 名下的客户个数很多，但行里需要他紧急进行某项销售任务完成的时候，脑子里却想不起来卖给谁，不知所措 行里不断推出一期接一期的新产品，他每次都狂发短信或打电话，但卖不出去，而且有其他客户抱怨说

有产品他怎么不通知!”指出客户维护工作的失误，但同时也是在告诫我们反思如何避免这种情况的发生。

10元，10分钟□20xx年的道理讲得很生动也很发人深省，留住客户需要10元钱，失去他只需10分钟，重新找回他需要20xx年，每一次的客户流失，客户经理和沃德负责人都要不断反思，不断总结!客户经理日常管理工作是相当重要，从客户的基本信息、资产、需求着手了解客户，从每一次电话回访、电话营销、面谈中深化客户关系。每一位客户都是值得重视的，维护好存量客户就预示着新客户的加入!

如何管理和运用好客户经理的工作时间，这是客户经理工作效率的核心!客户经理的工作很繁重也很繁琐，做好客户维护工作的规划相当重要，除了每日联系客户电话数量有最基本要求，还要检查业绩与数量之间的比例，查找效率低的原因每天制定工作计划，掐住两个黄金时段。“对内(事务性工作)及对外(客户服务)”黄金时段“对外工作黄金时段”，客户服务工作，如接待、回访、营销客户“对内工作黄金时段”：事务性工作，如归整资料、分析客户特征、今天未办工作、完成任务情况和目标差距，制定明日计划。

合理安排时间，早上半小时：晨会、处理oa看文件，收邮件阅读分行发送的理财信息和财经评论;晚上半小时：整理补充白天接待客户资料—记录客户特征及需求—客户特征分析—上报沃德客户申请—记录ocrm工作日志—找出今日未办工作及原因—完成任务情况和目标差距—制定明日计划—看ocrm系统中明天需要电话联系的客户帐务情况，在笔记本中写上电话沟通的要点—向负责人汇报需要帮助解决的事情。从每天每一件事做起学会管理和高效的运用时间，让时间为自己赢得更多的营销机会!

客户经理心得分享篇八

从专卖人员到客户经理，只有不断学习，才能在本职岗位上干得更好。尤其阅读营销方面的书籍，通过学习先进营销经验来不断充实自己。为适应新形势的工作要求，我还利用闲暇时间认真学习电脑业务操作技巧，并利用这些知识为所负责区域的所有客户建立了完整全面的档案。

我注重向那些经验丰富的同事学习，向原来的客户经理了解他们的基本情况，挤出时间跟他们一起出去跑市场，向他们学习如何与客户沟通、如何向客户进行品牌推介、如何指导客户进行库存管理、价格维护等。为了尽快适应新线路，我对区域内客户的卷烟销售状况进行深入的分析，并再一次了解客户尤其是重点客户的性格特点，讨教与他们相处的技巧等。

我所负责的区域包括两个镇，于是，我就照着地图对自己将要走访的区域画了一个模拟地图，以确定新线路的位置。对客户逐个走访定位。画出地图后，对于城镇密集型客户，我以街道为单位对其逐个走访定位；对于农村分散型客户，我以村为单位对其逐个走访定位。在此过程中，我在线路上标注了客户的姓名和商店的名称。我先对整个线路上的客户进行了大致的了解。打印一份标有区域分布情况的零售客户名单，作为走访时的参考资料。在走访时注意观察零售客户证件上的店名与户主资料，并将其与手中的名单挂勾，以形成初步印象。

同时，我注意沟通技巧，多与客户交流。为进一步加深对客户的印象，我增加了走访次数，延长走访时间，多与他们交流。在这过程中，我还注意通过某一零售客户了解附近其他零售客户的有关情况。记得有位客户问我：“自从客户经理换成了你之后，为什么烟草公司分配给我的卷烟少了？”其实，这是客户误解新客户经理的一个信号。针对这一情况，我当时就诚恳地向他解释卷烟的货源供应紧张的原因，而不

是调换客户经理带来的。之后，我又向该客户推荐了其他品牌的卷烟。对此，该客户不仅对我没有意见，而且还产生了信任感。

走访客户的时候，我先有针对性地走访当天有卷烟订单的客户，以便直接了解他们的卷烟销售状况。走访回来后，我又通过客户关系管理系统调出他们的销售数据进行对比分析，进一步了解了他们的经营状况。对于特别难找的客户，我就多方打听。例如，向原来的客户经理、周围的零售客户或附近的居民询问等。

一般来说，客户对新客户经理抱有很大的期望。我严格要求自己，一定要言必信、行必果，在服务质量上下功夫，争取给客户留下一个干练的形象。在服务客户的过程中，我也收获了很多快乐。