

最新学校喝酒检讨书自我反省(通用7篇)

光阴的迅速，一眨眼就过去了，成绩已属于过去，新一轮的工作即将来临，写好计划才不会让我们努力的时候迷失方向哦。我们在制定计划时需要考虑到各种因素的影响，并保持灵活性和适应性。那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

客户工作计划ppt 客户管理工作计划篇一

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

客户工作计划ppt 客户管理工作计划篇二

根据**区工作的要求，进一步认识新时期学院对图书馆工作的新要求，进一步提高对学院图书馆重要性的认识，进一步确立服务育人的思想意识，充分发挥图书馆在教学、科研和教育中的作用，提高图书资源的使用价值，使图书馆的管理工作进一步科学化、规范化，特制定本年图书馆工作计划。

一、继续加强学习，提高馆员素质。

加强图书馆工作人员的政治学习和业务学习，进一步提高工作人员的政治思想素质和业务素质。图书馆工作人员要充分利用图书馆的自身优势，多读书多看报，认清形势，端正思想。对一些新同志进行图书管理系统软件培训和有关业务培训，提高工作人员的业务素质和业务技能。

二、加强文献资源建设。

1、纸质建设。纸质文献依然是师生主要利用的文献形式，逐年增加新书购入数量以及扩大期刊品种，11年购入图书12万册，期刊1180种。

2、电子资源建设。电子资源以其新、快、方便下载利用等诸多特点，已经在教学、科研中发挥着愈来愈重要的作用□20xx年计划购买电子图书20万册，中国知网数据库。

三、继续加强读者服务工作

1、规范借阅服务，提高服务质量。采取多种形式对教师和学生开展外借、阅览、宣传推荐工作。及时为遗失借阅证的读者做好补证工作。

2、在工作中要“急读者所急，想读者所想”。要采取多种措施，限度地为读者提供方便、快捷、高效的服务。

应用外借服务、阅览服务、复印服务、咨询服务、定题服务、报导服务等方式，有效地满足读者对文献的不同层次的需求。

开展文献信息调研服务。一是要经常对馆藏文献信息资源进行调查、统计、分析与综合，不断提出新的思路和充实完善的办法；二是要了解和掌握预购文献资源的市场占有量，研究文献信息的发展状态，有计划地组织各种形式的采购。

开展“利用图书馆知识”宣传教育。利用图书馆宣传栏，及时报导文献信息、图书布局、揭示馆藏，帮助读者学会利用图书馆，更重要的是吸引更多的读者开发和利用图书馆资源。对每年入学后的新生，我们要利用图书馆宣传栏进行图书馆概况、地位、作用、藏书情况、服务设施等方面知识的介绍，使新生能尽快地了解图书馆，走进图书馆，利用图书。

3、继续延长周开放时间，保证在74小时以上。新馆：8：00——21：30，8：00——22：00；书库周二——周六正常开放外，对于双休日，老馆书库周日全天开放，新馆书库周一全天开放。

4、组织开展“读者评馆”活动，促进图书馆建设和职工素质的不断提高。请读者来评议图书馆的工作，通过问卷调查、设立评议箱等多种形式收集读者对图书馆工作的意见，制定整改措施。

四、日常事务

1、修改和完善规章制度，全面贯彻执行细化后的各岗位职责和岗位目标任务分解，建立激励机制，以人为本，用先进的管理理念和有效的管理措施促进服务效率的提高。

2、各岗位业务工作实行规范化、标准化、科学化管理。各借阅室图书、期刊摆放整齐，录入图书数据、图书贴标及期刊装订要按照规范要求加工，保证质量。

3、各借阅室要保持环境清洁，物品摆放整齐，积极主动为读者营造一个舒适优雅的阅览环境。每个馆员要以良好的工作状态和精神风貌接待好每位读者，以自己的勤劳、智慧和娴熟的业务技能，做好读者服务工作。

4、强化日常服务及各项工作的管理。馆里将继续坚持对每个部室工作和卫生进行检查和评比。

以上为图书馆17年工作计划，任务还是很重，但我相信图书馆全体人员凭着一颗坚定的心，讲团结、顾大局，坚韧不拔的意志，一丝不苟地工作精神，各尽其责，17年的工作一定会圆满完成。

客户工作计划ppt 客户管理工作计划篇三

1、走访客户制度化，增进沟通促进共赢

建立走访客户制度，旨在进一步加强与客户之间的交流和沟通，为客户提供更优质的服务，向社会展示邮政部门崭新的形象和高层次的服务水平。为了把走访工作做实，不流于形式，明年将把这项工作作为制度纳入服务规范。走访客户时，走访人需详细填写《客户走访日志》，每月末交负责人核实处理情况，并填写意见。在走访过程中，注重与客户开展面对面交流，积极倾听客户的意见和建议，把握客户需求的新导向，切实为改进服务收集材料和依据为下一步开展营销获取第一手资料，以此增强营销的针对性和提高营销效果。

在过去一年走访客户过程中遇到一些问题，比如，由于走访人之间缺乏交流和沟通，出现被走访人的重叠性，客户的难点问题以及意见、建议的处理没有得到很好监督，等等。为此实行走访人督办制度，即遵循“谁走访谁督办”的原则，如由于客观原因不能当场答复的，或不属于本部门职责范围的问题应向客户说明原因并详细记录下被访用户的资料、用邮困难以及对方提出的意见建议，送交相关专业局处理，并协调督促实施，事后将处理结果告知客户；负责人负责对《记录表》的收集整理工作，每季度以报表的形式将走访结果报相关领导，并对近期走访工作进行梳理，并对客户意见建议的处理结果进行分析、评议。

3、对大客户实行分级管理，开发统一版本的客户关系管理系统

为了不断地深化、优化服务质量，大客户中心将从多方面着手改善、提高服务质量，以满足大客户的要求。首先实行客户经理负责制，并对大客户实施分级管理制度，强调服务的时效性、及时性，以制度化保证客户服务工作得以顺利进行。同时开发统一版本的客户关系管理系统，在走访客户时关注

企业、客户动态，了解新年新动向和搜集信息，以保证时时更新大客户档案，为下一步开展营销获取第一手资料，以此增强营销的针对性和提高营销效果，有助于提高运行效率，降低运营成本，限度地减少内耗，实现客户资源的共享。

二、学无止境，全面提高客户经理整体素质

客户经理是企业与客户之间的桥梁和纽带，客户经理能否对客户 提供“标准化、个性化、超值化”服务，直接影响客户对企业的“信任度、满意度、忠诚度”。大客户中心将把握机会，创造条件，致力于客户经理整体素质的提高。

1、强化邮政业务学习，提高业务素质作为客户经理，首先必须对邮政业务有着深刻的了解。大客户中心将定期组织学习邮政业务，以成长为可以随时接受公司指令与大客户进行业务谈判的营销专家为目标，积极参加各专业局的业务讲座，并与各专业局保持高度沟通，不断提高自身业务素质。

客户经理不仅要有强烈的事业心、高度的责任感和高尚的职业道德，其一言一行还代表着邮政企业的整体形象，工作效率、服务质量和个人素质直接影响着客户对邮政企业的认知。为此，在新的一年里，我们将系统提升客户经理商务礼仪和沟通技巧，进一步美化客户经理的言行举止、提升客户经理形象，有助于赢得客户对邮政企业的好感，从而有利于营销工作的顺利开展。

3、丰富营销知识体系，提高营销水平

为了进一步提高营销水平，大客户中心将创造条件通过远程培训、优秀营销书籍等途径获得专业化销售流程的知识与技能，丰富营销知识体系，增强拜访与服务客户的能力、提升工作信心与客户服务的满意度。

通过学习，旨在对邮政业务有全面的了解，对市场营销和大

客户管理也有更深刻的认识，培养客户经理的服务营销意识，同时开阔事业，提高觉悟，使客户经理认识到营销不仅要通过优质的服务让客户满意，而且要通过积极有效的客户关系管理培养客户的忠诚，并掌握培养客户忠诚的方法和技巧，为今后的工作打下了坚实的基础。

客户工作计划ppt 客户管理工作计划篇四

20__年已经过去，承载着我们太多梦想和期待的20__年将翻开崭新的一页，当一个个“回顾专题”蜂拥在新年伊始，我们心里所想的却是今后的路到底该如何走。新的一年，新的机遇、新的挑战摆在我们面前。共同的职责，共同的期待，共同的使命——翻开新的日历，许下新的愿望，作出新的计划。

- 1: 每周要增加x个以上的新客户，还要有x到x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向有交流的。
- 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，不能置之不理必须要尽全力帮忙他们解决。

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：自信是十分重要的。要经常对自我说你是最好的，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。

10：为了这月的销售任务每月我要努力完成x到x万元的任务额，为公司创造利润。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。为公司做出自我最大的贡献。可是现实来说，我目前还是有着很多的不足之处需要我来解决的，我相信自我能够有着更好的发展，可是前景才是最重要的，我相信自我能够做到最好，这是我应当做好的。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，我相信自我会做的更好！

客户工作计划ppt 客户管理工作计划篇五

某年，强化执行将是业务转型的主旋律。做为客户经理我们一定要强化客户导向，树立品牌意识，全方位为用户提供网络平台、应用开发、系统集成的服务；加大“我的e家”“世界通”等新业务的推广。用转型业务，拉动全年区域内预算任务，完成公司领导下发的各项硬性指标任务。在客户经理的奖金考核办法上结合公司考核指标，做到能者多劳，杜绝“大锅饭”现象；加大kpi考核，让每位客户经理都有责任感、使命感，因为我们是中国电信的员工或受聘于中国电信的员工。所以，我们必须这样要求。

客户经理计划应有条不紊地开展，既是客户关系管理的重点，也是网络建设发展的需要，更是客户经理提高综合素质，实

现既定客户经理计划、目标的重要途径。因此，如何有客户经理计划地开展经营工作是当前每个客户经理、也是网络建设中的一个重要课题，结合卷烟商品营销知识的学习，本人认为应该侧重从指标分解，细化市场着手开展有客户经理计划地工作。

当前开展的客户经理计划工作制，就是围绕经营销售有客户经理计划地开展工作，其中心就是目标细化，制定销售任务的分解客户经理计划。作为客户经理，首先应在每月的月末、月初认真回顾本月的经营销售业绩，找出成功的经验、失败的因素，特别是在主观上查找原因，进行客观分析，予以总结、归纳。并在下月的客户经理计划工作中，予以改进，运用营销观念，克服消极因素，发扬积极的、正确的因素，扬长避短，不断促进经营工作走向新局面；其次，对于市场的变化，要密切注意动向，从中观的角度看待市场季节变化、环境影响、消费需求。从微观的角度掌握顾客消费心理、消费结构和消费水平的变化，注意全面把握；最后，应该从烟草公司可供货源、品种与市场需求结合看待市场的满足状况与存在的需求，包括潜在的需求，积极予以发掘、引导。全方位、多层次促进销售，从而将每月工作目标、销售客户经理计划分解与市场状况、实际经营有效结合起来，促进有客户经理计划地工作的合理开展、落实。

有客户经理计划地开展工作，重在任务分解、市场细化，关键在落实。学习《卷烟商品基础知识》的人都知道这样一个概念：市场=人口+购买力+购买欲望，换言之，市场等于顾客。因为顾客本身就具备了市场的三要素，既具备了人口的条件，又具备了购买力和购买欲望。据此，我们断言：市场就是顾客（群体），顾客就是市场，顾客就是最基本的市场，也就是我们划分的基础市场，更是必须牢牢掌握的基础的市场。作为客户经理应该将任务分解、市场细化与辖区消费环境、消费群体甚至是终端顾客等综合情况结合起来考虑。通过每天销售情况总结、数据分析，结合市场信息融会贯通地运用营销理念，进行深层次地分析、汇总，对客户现状、可能出现

的变化、以后的发展前途，都要有准确的判断和预测。并能够采取针对性措施，调整相应的营销策略和服务方式，发挥营销功效，引导消费。通过经营户牢牢抓住终端顾客，努力促进销售、提高结构。最终，分解、落实并完成工作客户经理计划，实现经营工作目标。

作为一名卷烟销售人员，如果没有工作客户经理计划和基本目标，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、工作客户经理计划和必胜信念，而不少人往往是做一天和尚撞一天钟，目标模糊，那么如何达到目标、实现客户经理计划自然是心中无数了。

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。

客户工作计划ppt 客户管理工作计划篇六

对于已经与我公司建立合作关系的客户，应继续积极拓展与这些客户的合作关系，通过良好的服务提升客户满意，促使其向我们引荐他们的客户，因为有客户与本公司良好的合作关系在先，可引起良好的口碑示范效应，那我们对这些客户的客户进行销售公关的成功几率也将大大增加。

针对企事业单位潜在客户分布地点及特点，对公司办公地点较集中的办公商务楼，进行挨门逐户、地毯式的初访。由于目前穿梭于各大办公商务楼的推销人员非常多，且素质良莠不齐，其所在公司大多管理不太规范，在一定程度上扰乱了各公司办公环境和秩序，影响到办公工作人员的正常工作，引起办公工作人员的普遍反感，因此很多公司都在办公室门前贴上“谢绝推销”的字样，以阻止推销人员的进入。

以下是针对自己和属下销售人员入职后，对潜在客户进行的拜访工作所应采取的主要工作。

针对此情况，作为本公司业务人员，首先在心理上不能被潜在客户对推销人员的这种厌烦心理和行为吓倒，要相信以本公司officemate品牌在办公文仪用品行业较高的知名度和美誉度、在成都行业市场业已取得的市场占有率和已有客户(特别是四川省级政府、成都市政府和成都的军区等大客户)与公司形成的良好合作关系、对公司产品和服务的信赖和业已形成的忠诚度，相信通过自身对工作积极的态度、对产品对自身的充分自信、诚恳谦虚热情的品格和良好的服务意识，可以打动客户，赢得顾客的好感和信赖，以至最终达成合作意向。

在具体工作的开展当中，由于客户的厌烦心理总会在某种程度上存在，所以在初访前，有必要整理、制定出一套统一的简短、明了的开场说辞(开场白)。

如，“您好，我是成都officemate也就是办公伙伴公司的工作人员，目前公司经营着10000多种办公文仪用品，凭借我们与众多国内外知名办公用品品牌建立的战略合作关系和全国集中联合采购oem的强大优势，相信可以满足贵公司多样化、不同层次的办公需要。”等等，通过培训时的反复模拟演练，达到子正圆腔、清晰、简洁(统一使用普通话，以示规范)的效果，并将开场白时间控制在1分钟以内。

在踏入客户办公室之前，首先找寻一下该公司负责接待或日常行政或文秘人员的位置，凭借经验感知其是否上述三类工作人员，再看其是否空闲，如其正在接打电话、与人交谈或埋头整理文件，就不应贸然上前;待其稍微空闲，再上前，递上名片，进行开场白，并索要其名片或电话等联系方式，以便于初访后的电话或email联系、跟进。与此类工作人员建立良好关系后，由其向所在公司后勤或采购部门引荐自己。

在初访之前，应由公司统一制定产品目录单，目录单上应注明一些常用产品的价格、规格、型号及批量折扣等基本信息，一方面体现公司管理的规范性(目录单美观、简洁、清晰)，以区别于一般推销人员，另一方面便于对方就自身需要进行检索，同时也是吸引对方注意力的有效工具，在对方翻看产品目录的同时，也给了我们销售人员进行开场白和对本公司介绍、产品讲解的机会和时间。

穿戴整齐，微笑，面对冷遇和呵斥的坦然，自信，体现自身良好职业素质，从而体现出良好公司形象和人员管理水平等。

特别强调的是，作为客户经理应身先士卒，应带领属下销售人员一起进行初访潜在客户的工作，以获得拜访客户的直接经验，为业务人员做出表率，也有助于对业务人员的工作表现做出正确评价、评估和监督，并对其不足给予指导、建议，对其成绩给予表彰、鼓励等。

总结内容应包括：客户办公规模大小、办公人员数量、办公用品使用情况(包括使用品牌、数量等)等，这些都需要在初访时，通过有意识的观察和在对方态度友善情况下的询问获得。

- (1) 获得的客户信息的是多是寡，有无合作意向达成；
- (2) 在拜访过程中那些环节做的比较到位、哪些还有待改进；
- (4) 是否需要采取新的工作方式。

就拜访中遇到的问题和挑战，畅所欲言，总结经验，吸取教训，并形成书面工作总结，公司存档，交由公司有关领导审阅、批示。

在例会中，客户经理在销售人员阐述过程中进行适当提问，并给予建议、指导、评价、鼓励、批评等。会议紧紧围绕工

作目标、工作内容展开。

制定第二天工作计划，规定应在本工作日拜访潜在客户数量基础上第二天应进行的工作量，应达到的拜访效果。

对潜在客户短时间内(如一周)未能有任何买卖关系的进展，不能视为该客户对本公司不会有任何采购意向，仍需持续跟进，掌握客户采购动态，应继续保持与客户的联系，此类电话拜访为宜，避免公司资源、个人时间和精力过多耗费。对于这样的客户，应在其公司内部有一个“内线”，这个内线，就是指与本公司业务人员建立良好私人关系的客户内部员工，其职位可大可小，只要她(他)对其公司内部采购情况、动态有所掌握即可。

20%的大客户为公司产生80%的销量，甚至创造80%的利润，而80%的中小客户只能为公司创造20%的销量或者利润。必须把握这一点的原因是，公司资源和销售人员的精力、时间是有限的，不能在一些短期内无法取得销售成果的中小客户身上花费太多时间和精力和公司资源(电话费用、目录单、或其他公司资金、物料、费用等)。

应主动与客户预约见面商谈的时间，并尽可能的对即将开始的谈判的内容、事项进行电话约定。

(3) 与上级领导协商并取得指导意见；

(4) 需要公司和上级领导的那些支持和公司的那些资源准备；

(5) 谈判人员的适宜人数、分工等，以及其他部门同事的配合；

(6) 就目前公司产品和服务尚不能满足客户的地方，与本公司采购部门积极协商，并与上游生产厂家联络，尽可能的满足客户所有的办公需求，以增强客户信赖，建立并保持与客户

的长期合作关系，等等。

合作谈成、客户付款(或预付款)进行产品采购后，即进行客户关系维护，余款的回收，对客户使用情况进行跟踪，维持良好的合作关系。

以上五个方面是对潜在客户进行开发、促使其成为公司现实客户并通过服务工作满足客户需要成就与客户的较长期合作关系的基本过程。

除采取对办公商务楼进行挨门逐户、地毯扫荡式的上门拜访方式外，也要充分利用报刊、杂志、网络、企业黄页等公开信息资料上进行潜在客户的检索工作，并采取电话、因特网、上门拜访等交错进行的方式，发掘客户需求，促成客户对我公司产品的采购、接受我公司的办公服务。

另外在对办公商务楼进行拜访工作时，如遇到较大障碍，应积极开拓思路寻找排除障碍的方式、方法。如，可以对办公楼的物管部门等大楼管理部门进行“公关”，即使不能促成生意达成，也可从他们那里获得关于该大楼里企业办公的基本情况信息，利于我销售人员下一步工作的开展。

组织销售人员对产品知识、本公司制度、文化、工作流程、服务理念等的集中学习，并就某一个工作中常会遇到的问题适当分派学习任务，促使其不仅在公司组织的正式培训期间的进行知识、技能学习，也要在工作之余就工作中遇到的问题和自身技能、知识上的不足大量搜集信息资料、向有经验的老员工和上级领导虚心学习，促其在最短时间内成为本职工作方面的专家。

并经常性的组织销售人员就产品、行业和客户知识学习、所获得的技能经验等进行交流，并由公司安排部门领导或有经验的老员工与销售人员进行经验探讨，每周一到两次。这样，边实践边学习，并将学到的知识、技能、方法快速应用于工

作实践当中去，从部门领导或有经验的老员工那里获得的经验传授，也可使销售人员在工作中少走弯路，提高工作效率和质量。

第一部分中提到的总结例会制度的实行，既是对销售人员自身工作情况的总结，并通过交流发现自身不足，也是客户经理或公司领导发掘员工技能和经验优势、培训销售人员的绝好机会。

客户经理不仅在客户开发、客户关系管理等方面走在销售人员前头，以做表率，更要利用一切与销售人员进行交流的机会对其进行言传身教，推动销售团队在经验、技能、知识水平、素质素养、服务意识的整体前进；而客户经理在此过程中也可以发现自身不足，增强自我学习能力，以更好的管理团队。

采取以上管理策略，最重要的就是建立坦诚、开放的对话平台。

让所有销售人员都能围绕工作内容、团队目标畅所欲言；客户经理需要在此过程中掌控对话方向，不使对话陷入无意义的摆龙门阵式的空谈、闲扯和争执，与实际进行的工作内容无关的言论，应给予劝阻、批评；对话应对成果有所预期，不能为对话而对话，为讨论而讨论，必须有某项对工作有帮助的成果讨论出来。客户经理应在对话过程中发现、提出有价值的问题，让发言者做出解释、提请全体讨论或给出指导建议，口头批评或鼓励等。

客户经理应身先士卒，与销售人员进行最基础的销售工作，同时对销售人员的工作情况进行监督、持续跟进，并对其工作成果进行考核。与销售人员进行一起分析、确定销售机会，给出意见、建议等。

在销售人员与潜在客户达成合作意向时，应给予全力支持，并根据实际情况，负责与公司有关领导协商给予其它方面(诸

如资源倾斜等)的支持，协调其它工作人员与其配合，促使其达成订单，帮助其完成销售目标。

对于个别销售人员的有损于公司形象、公司利益、损害客户利益给公司抹黑的不良工作行为，应给予密切注意，批评教育，防微杜渐，如不能令其悔改，则提请公司领导，给予处分、直至开除。

这需要在销售人员自入职后的一段工作时间内，根据其在对各类行业客户销售公关中的业绩表现和体现出的技能、经验优势，进行分配。如销售人员a对电信类客户较熟悉，也取得过较好业绩表现，有跟电信行业工作人员打交道的经验，就由他负责与电信客户的销售对接。

客户工作计划ppt 客户管理工作计划篇七

年初的竞聘上岗，用自己的话说“这是工作多年来，第一次这样正式的走上讲台，来争取一份工作”，而且，出乎预料差点落眩竞争让我一开始就感到了压力，也就是从那时候起，我在心里和自己较上了劲，一定要勤奋努力，不辱使命，他是这样想的，也是这样做的。一年来，我在工作中紧跟支行领导班子的步伐，围绕支行工作重点，出色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。

截至现在，我完成新增存款任务2415万元，完成计划的 241.5%，办理承兑汇票贴现3笔，金额460万元，完成中间业务收入1万元，完成个人揽储61万元，同时也较好的完成了基金销售、信用卡、贷记卡营销等工作，完成供电公司建行网上银行系统推行上线工作，协助分行完成电费实时代收代扣系统的研发和推广。

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

着建行各阶段的改革得到了更新和进步。为了不辱使命，完成上级下达的各项工作任务，我作为分管多个重点客户的客户经理，面对同业竞争不断加剧的困难局面，在支行领导和部门同事的帮助下，大胆开拓思想，树立客户第一的思想，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，用他自己对工作的理解就是“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形成，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。

我认为作为一个好的客户经理，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，通过对客户的研究从而达到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。今年在他分管的某客户中，资金流量较大，为使其资金做到体内循环，他从点滴做起。