

# 最新四年级数学教学计划总结(精选9篇)

总结是对过去一定时期的工作、学习或思想情况进行回顾、分析，并做出客观评价的书面材料，它可使零星的、肤浅的、表面的感性认知上升到全面的、系统的、本质的理性认识上来，让我们一起认真地写一份总结吧。那关于总结格式是怎样的呢？而个人总结又该怎么写呢？以下是小编收集整理的工作总结书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

## 客户维护工作总结篇一

在年初我已经制定了自己的工作计划，虽然不是做的很好但是我已经尽力了。

在2月我会更加的努力 所以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。

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1到2万元的任务额，为公司创造 利润客户经理。

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。

为公司做出自己最大的贡献。

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最好，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!

## 一、加强客户管理，优化服务流程

### 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。

2、积极推行客户经理制，规范大客户开发与管理流程。

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

品友互动

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，最大限度地减少内耗，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。

### 2、美化言行举止，提升客户经理形象

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。

xxx年已经过去，承载着我们太多梦想和期待的xxx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。

我们青云西区域处在市中心位置，共有客户数19630户左右，其中固话用户9300左右，小灵通用户10000户左右，宽带用户400户左右，商铺客户(含中小型企业等)220户左右：我们将这些客户群进行了细致的`划分，每位客户经理都有比较全面的客户资料。

在“元旦”期间，我们组织客户经理在“恒盛城市花园”、“建鼎华城二期”、“阳光城”等住宅小区进行“我的e家”、“商务领航”等电信转型业务的宣传。

在xxx年我们不但要努力发展新的业务，更要加大客户存量保有，尽量避免客户的流失，对高端客户进行24小时保姆式服务，跟其他电信运营商比技术、比服务、比亲和力，不定期向客户进行礼品赠送、新业务资费介绍。

## 文章超市

xxx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”等新业务的推广客户经理2017年工作计划3篇客户经理2017年工作计划3篇。

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、归纳客户经理。

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、提高结构客户经理

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。

## 客户维护工作总结篇二

20xx年已经过去，承载着我们太多梦想和期待的20xx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万元的销售额，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！

## 客户维护工作总结篇三

成功的销售，是能将客户维系好，与之建立起长久的良好合作关系，知道了客户流失的原因后，那么维系客户有哪些注意要点？下面，就随本站小编一起去看看吧，希望您能满意，谢谢。

让客户形成一种依赖公司的心理习惯，客户提出的任何特殊要求、或者隐性的需求一定认真对待，千方百计地找到合理理由给予合理答复，客户提出的合理需求我们都将尽量满足，即售前售中售后过程一定要无微不至，用细节感动客户。

销售的过程也是一个及时解决双方矛盾利益的过程，只有双方都满意了才算成功的销售。比如很多销售商不愿意做售后服务，这就要婉言告知客户不做将可能产生的后果；哪些没有必要做的或者迟点做也可以的项目，哪些是我们赠送的免费增值项目等等，让客户切身体会到公司销售服务的价值，是真正用心为客户服务，真心想客户所想，及客户所需。

在维护客户关系过程中，一定要认真耐心听客户讲完，并且能准确的判断他想表达的意思，碰到钉子户也要拿出平和的心态，不急不燥，淡然待之。对于客户的失误甚至过错，要表示出宽容而不是责备，并立即共同研究探讨，找出补救和解决的办法。

这样，你的客户会从心底里感激你，让他知道，你可以并且有能力为他解决问题。在客户触犯你的谈判底线时，要对他斩钉截铁的表示拒绝。如果客户对你的产品或者产品的附加值有一定的合作欲望，那么他就会作出退步。很多时候，你明明知道客户的要求是不可能兑现的，但也要先稳住客户，让他对你充满期待。

一个信守原则的人必然会赢得客户的尊重和信任。因为客户也知道，满足一种需要并不是无条件的，而必须是在坚持一定原则下的满足。只有这样，客户才有理由相信你在销售产品给他时同样遵守了一定的原则，才能放心与你合作和交往。

在维护客户关系过程中，请不要轻易承诺客户什么事情或者什么条件，你要有一种使命感的责任态度来兑现自己所说的每句话。如果轻易承诺，一旦没有满足要求，那么你在客户面前就成为不讲诚信之人，这对于今后的合作是非常不利的。在销售过程中，要多用“我想想办法”、“我再给你回话”、“我得申请批示”等等答复，给自己留下最大的周旋余地。

在与客户进行沟通的过程中，一些销售人员为了达成销售目标一步一步地向前迈进，不断地说服客户认可产品或服务的品质、接受产品或服务的价格等等，但是他们为了实现目标所采用的一些方法却不见得高明。

其实很多优秀的销售人员都会在售沟通过程中有意无意地使用一些让步方式(事先把价格稍微抬高一点点，条件稍微严格一点)，以期让客户满意。

比如在保证利润的前提下进行价格方面的让步，或者根据双方的诉求提出解决问题的折中方式等。销售沟通中的让步策略如果运用得当，那将有利于实现买卖双方的双赢，同时也有利于长期销售目标的实现。

聪明的业务员都会把与销售商的关系协调的恰如其分，因为你销售的不仅仅是单一的产品，还有公司产品的附加价值和公司文化以及你自己的个人魅力。把与客户简单地合作关系更多地转变成朋友关系后，他就会积极的销售你的产品。

但是，要记住你可以做到让客户把你当做朋友，但你从心里一定不能把客户当做朋友，因为商人的最终目的就是为了利益，一旦利益发生了根本的冲突，合作过程还是会出现裂痕。

赢得客户和行业的口碑，你的客户就会在多数也是他同行的朋友中推荐你，那么你的销售就会迅速在不断地销售中扩张起来。营销的最高境界，是让客户主动来找你。无论你从事什么行业，一定记住，如果想在该行业中长期发展或有所作为，请自己留给这个行业一个良好口碑。

销售工作没有止境，第一次合作成功的时候正是创造下一次机会的最好时机，让每笔生意有个漂亮的收尾带给你的效益不亚于你重新开发一个新的客户。

在生意场上没有永远的朋友，只有永远的共同利益，如果你和你的客户之间没有共同的利益，那么你的客户正在悄悄的流失。要明白对你有感激之情的客户才是对你忠诚的客户。

现在市场上的同类产品很多，竞争很大，并不是成为了你的客户你就可以高枕无忧了，客户可能随时会改变注意，采购其他家的产品。所以在与客户合作后，你要跟踪产品的货期，在产品交予客户后，更要跟踪产品的销售进度，是不是好用有没有什么问题需要及时解决或者是否需要进一步的技术服务等等。

在做好产品销售服务的同时，还定期给客户一个问候或者祝福，让客户时时能感觉到你作为一个朋友所应该有的关怀与体贴。中国的节日有很多，每次过节时给予客户一个温馨的问候与祝福，会让客户觉得你是真正的关心他，而不是做做

样子。体会到了你的真诚，你也才能得到客户的真诚与支持。

在维护客户关系中，一定要把主动权留给自己，而不是让客户牵着你的鼻子走，真正维护客户关系的手段，是日积月累的处理与客户之间的大事小情，比如节假日时发短信问候，定时电话问候，定时拜访交流，赠送一些当地土特产。

在与客户交往中，要让他知道今后离不开你需要你，并且要不失时机的为你的下一步意图留下伏笔等等。销售有一句名言：你的心在哪里，那么你的财富就在哪里。借用这句话阐述对维护顾客关系的观点：你的心在哪里，那么你的客户就在哪里。

## 客户维护工作总结篇四

巩固现金管理市场地位。继续分层次、深入推广现金管理服务，努力提高产品的客户价值。要通过抓重点客户扩大市场影响，增强现金管理的品牌效应。各行部要对辖区内重点客户、行业大户、集团客户进行调查，深入分析其经营特点、模式，设计切实的现金管理方案，主动进行营销。对现金管理存量客户挖掘深层次的需求，解决存在的问题，提高客户贡献度。今年争取新增现金管理客户185200户。

深入开发公司无贷户市场。中小企业无贷户，这也是我行的基础客户，并为资产业务、中间业务发展提供重要支撑。xx年在去年开展中小企业弘业结算主题营销活动基础上，总结经验，深化营销，增强营销效果。要保持全公司的公司无贷户市场营销在量上增长，并注重改善质量；要优化结构，提高优质客户比重，降低筹资成本率，增加高附加值产品的销售。要重点抓好公司无贷户的开户营销，努力扩大市场占比。要加强对公司无贷户维护管理，深入分析其结算特点，进行全产品营销，扩大我行的结算市场份额。xx年要实现新开对公结算账户358001户，结算账户净增长272430户。做好系统大

户的营销维护工作。针对全市还有部分镇区财政所未在我行开户的现状，通过调用各种资源进行营销，争取全面开花。并借势向各镇区其他政府分支机构展开营销攻势，争取更大的存款份额。同时对大中型企业、企业、世界10强、纳税前8000名、进出口前7334强等10多户重点客户挂牌认购工作，锁定他行目标客户，进行重点攻关。

深入开展结算优质服务年活动。要树立以客户为中心的现代金融服务理念，梳理制度，整合流程，以目标客户需求为导向。加快产品创新，提高服务效率，及时处理问题，加强服务管理，提高客户满意度，构建以客户为中心的服务模式。全面提升xx部门服务质量，实现全公司又好又快地发展目标。

结算与现金管理部作为产品部门，承担着产品创新、维护与管理的责任加强营销支持系统建设。做好总行全公司法人客户营销、单位企业级客户信息管理和单位银行结算账户管理三大核心系统的推广工作，为实施科学的营销管理提供技术手段。

完善结算产品创新机制。一是要实行产品经理制，各行配备产品经理。产品经理要成为收集、研发产品的主要承担者。二是建立信息反馈机制。各行部将客户需求汇总后报送分公司结算与现金管理部。分公司定期组织联系行、重点行召开产品创新业务研讨会，集中解决客户关心的问题。

提高财智账户品牌的市场认知度。今年要继续实施结算与现金管理品牌策略，以财智账户为核心，在统一品牌下扩大品牌内涵，提升品牌价值。要对新开发的结算与现金管理产品及时进行品牌设计，制定适当的品牌策略，纳入到统一品牌体系中。加强财智账户品牌的推广力度，做好品牌维护，保持品牌影响力。

## 客户维护工作总结篇五

- 1、带着一颗“爱心”去工作。保持良好的礼节礼貌，要从服务他人的角度出发，让客户觉得你是真心地关心他，缩短经纪人与客户之间的距离，对客户思想形成正确的引导。
- 2、做好宣传，严格执行公司的服务规范，做好来电咨询和新客户的预约开户工作。定期联络客户做好客户的维护工作。
- 3、做好沟通汇报，工作无小事，对重要事项做好记录并传达给公司相关负责人员，做到不遗漏、不延误。

在认真工作的同时，我也会努力提高自己的自身素质。不断提升职业道德，掌握证券从业规律，拓展证券知识，提高自己的证券业务水平。

- 1、多学习、学习先进的证券业务理论，学习公司同事的宝贵经验，学习专业知识。
- 2、多琢磨、以便构建良好的客户关系。证券经纪人只有与客户之间相处得融洽，相处得愉快，才能更好更深入的完成任务！
- 3、多反思、多总结。自我反思是提高业务素质的基本途径。对于自己证券从业工作中的成功或失败，要及时总结，不断为自己今后的工作积累经验。从而不断进步，自己超越自己。

在以后的日子中。我将勇于进取，不断创新，努力完成公司分配的工作和任务，争取取得更大的进步！望公司领导 and 同事多多帮忙和指正。

我认为最重要的一点就是激励制度：

那同样是家族企业，同样是“给自己干”的制度，为何有的

干得好，有的干得差？郭凡生认为，家族企业的制度主要包括两个方面，一个是激励制度，它体现财富的分配规则，在经济学里，就是“为谁干”的问题。激励制度做得好，人们就愿意努力干。二是管理制度，主要解决“生产什么”和“怎么生产”的问题，体现财富生产的效率规则。

激励制度的核心是调动人的积极性，管理制度的核心是使激励制度调动起的干劲科学化、高效率。

没有合理的激励制度，再好的管理制度也没有意义，但仅有好的激励制度，管理制度不科学，企业也很难成功。

激励制度鼓励人们努力工作，激发人们心中向善的东西，主要是为好人制定的，它使好人工作更努力、更有创造性和自主性。

而管理制度则是假设人都是自私的，从管理“坏人”的角度入手，它使坏人干不了坏事，被迫不断去干好事，长此以往把坏人变成好人。

在管住坏人的同时，也使好人不至于在利益的诱惑下去干坏事，成为更好的人。因此，激励制度增加了好人，管理制度减少了坏人。

如果都像上面所说的，我相信没有干不好的工作。没有完不成的任务。

## 客户维护工作总结篇六

### 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。

## 2、积极推行客户经理制，规范大客户开发与管理流程。

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，最大限度地减少内耗，实现客户资源的共享。

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。

### 2、美化言行举止，提升客户经理形象

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。

## 客户维护工作总结篇七

我的目标是用自己的所学，多帮助自己的客户解决问题，争取在明年中新增资产800万，新增有效户50个。

3. 做好沟通汇报，工作无小事，对重要事项做好记录并传达给公司相关负责人员，做到不遗漏、不延误。

在认真工作的同时，我也会努力提高自己的自身素质。不断提升职业道德，掌握证券从业规律，拓展证券知识，提高自己的证券业务水平。

3、多反思、多总结。自我反思是提高业务素质的基本途径。对于自己证券从业工作中的成功或失败，要及时总结，不断为自己今后的工作积累经验。从而不断进步，自己超越自己。

在以后的日子中。我将勇于进取，不断创新，努力完成公司分配的工作和任务，争取取得更大的进步！望公司领导 and 同事多多帮忙和指正。