

2023年客户营销心得体会 客户经理营销 心得体会(优质5篇)

在平日里，心中难免会有一些新的想法，往往会写一篇心得体会，从而不断地丰富我们的思想。大家想知道怎么样才能写得一篇好的心得体会吗？以下我给大家整理了一些优质的心得体会范文，希望对大家能够有所帮助。

客户营销心得体会篇一

我有幸参加了省分行组织的客户经理培训班。形式互动新颖，讲授内容实用细致，让我受益匪浅。

在短短的三天内，我们系统地学习了客户关系管理、有效沟通、销售推荐技巧、压力管理与自我激励、红酒鉴赏、电话营销技巧六门课程。

客户是基础，客户是源泉。没有了客户的支撑，银行好比无源之水，无本之木。如何拓展客户，维护客户成为我们经营的重心。这就需要我们掌握与客户沟通的技巧。有效的聆听客户的谈话，才能了解顾客的需求，在接触顾客中要懂得接受顾客，并且适时的赞美顾客，能给顾客留下较好的印象。在和顾客沟通中，不要抱怨，不能和顾客争对错，不要以貌取人，不要轻易承诺。

营销是利器。掌握望、闻、问、切四步的营销技巧和销售六流程的综合应用，有利于产品销售，便于进一步挖掘销售商机，提升客户满意度，提升竞争力。望：从表象特征来判断衣着，交通工具，首饰和携带物品，还有观察顾客的言谈和行为举止。闻：倾听顾客的需求，需要时也包括倾听顾客的异议，抱怨和投诉，要全身心的听，只在了解了顾客的需求才能给顾客提供业务。问：在与顾客的沟通中还要适时的提问，以便于更多的了解顾客的需求，这样才能更多的获得顾

客信息，为自己判断提供营销产品做准备。

在这次学习中我深刻的认识到：在金融产品日新月异、金融业务快速发展、金融体制不断革新、金融服务上品牌的今天，对金融从业人员提出了更高的要求，我们只有不断的学习，才能跟上时代的发展，才能满足工作上的需要。

当我再次轻轻回望：“专业、专注、实用、实效”，理念使人耳目一新，专业的师资团队和互动的培训形式使教学相长，一流的管理、一流的设施，让我们在学习中减压。感谢常培，感谢省分行为我们提供了一次这样的学习机会，相信在未来的岁月中我们会做得更好。

客户营销心得体会篇二

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。

通过这几天的学习并且随同x市烟草公司客户经理走访商户，对于自己目前工作中存在的不足有了较为深刻的认识，下面

谈一下本人今后工作的一些建议和计划：

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。

三、一整套完善的客户经理制度

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。

四、我们客户经理的市场分析能力

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。

随着银行体系主体多元化竞争格局的形成和资本市场功能的完善，对优质客户的争夺成为同业竞争的焦点，同时客户需求的日益多元化、综合化和个性化，既为银行业创造了机遇又提出了挑战。要应对激烈的竞争，为客户提供更高层次的、全方位的服务，提升自身效益，就必须建立一支反应迅速、综合素质高、服务意识强的营销队伍——客户经理队伍。但是否客户经理队伍的成员具有较强的业务能力和服务意识，是否真正认知客户经理的岗位职责所在，我认为还需进一步探讨，在这里我仅从自己在学习中所学到的如何做一名合格客户经理，谈谈个人的一点想法：

一、客户经理必须具备应有的素质

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，一定会在惊喜中留下感动；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，是让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！

客户营销心得体会篇三

随着市场的竞争日益激烈，企业要想在激烈的竞争中脱颖而出，就需要注重营销策略的创新和实施。而一个成功的营销策略离不开对客户的深入了解和心得体会。客户是企业发展的关键支持者，仅有通过与客户保持良好的关系，才能保证企业在市场中取得优势，并强化自身品牌的竞争力。

第二段：挖掘客户需求和偏好

为了更好地了解客户，增强与客户的黏性，企业需要挖掘客户的需求和偏好。首先，通过与客户的交流和互动，了解他们的实际需求。倾听客户的声音，了解他们对产品和服务的真实感受，然后根据这些反馈进行产品和服务的优化。其次，了解客户的偏好，包括购买习惯、喜好以及消费心理等。通过精准的市场调研和分析，找出核心客户群体，为他们量身定制产品和服务，从而提高销售转化率。

第三段：与客户建立良好的互动关系

建立良好的客户关系是营销的关键。首先，企业应该尽可能地提供优质的产品和服务，以满足客户的需求并超越他们的期望。其次，积极主动地与客户进行沟通，回应客户的反馈和疑问，以及时解决问题和提供支持。此外，还可以通过社交媒体等渠道与客户进行在线互动，分享相关资讯和优惠信息，增进客户的忠诚度和满意度。

第四段：建立客户忠诚度

建立客户忠诚度是营销的核心目标之一。客户忠诚度的提升

可以减少企业的客户流失率，同时也能够增加客户的平均交易额。要想建立客户忠诚度，企业可以采取一系列的措施。首先是提供不断增值的服务，让客户感受到与其他企业不同的特殊关怀。其次是建立客户奖励机制，通过VIP消费卡、积分制度等方式，激励客户长期购买和消费。最后是保持与客户的联系，定期发送礼品、问候卡等，让客户感受到企业的关心和关爱。

第五段：总结并展望客户心得的未来发展

通过深入研究客户需求和偏好，积极与客户进行互动，并建立良好的客户关系，不仅可以提高企业的竞争力，还能够稳定客户群体，并增加客户忠诚度。未来，随着科技的发展和市场的变化，客户心得也会不断演进。企业需要与时俱进，不断创新，运用新的科技手段，以及时跟上客户的变化和需求，实现持续发展和长久盈利。

在竞争激烈的商业社会中，营销客户心得的重要性不可忽视。通过挖掘客户需求和偏好、建立良好的互动关系、提高客户忠诚度，企业可以不断优化自身的产品与服务，提高市场竞争力。只有把客户放在首位，并时刻关注和满足他们的需求，企业才能够取得长期的成功并保持可持续发展。

客户营销心得体会篇四

营销是一门艺术，它需要细心地观察、灵活地思考和果断地行动。作为一个从事营销工作多年的从业者，我深知营销的重要性和挑战性。下面我将分享我在营销过程中的一些心得体会。

第一段：甄别目标客户

在营销中，甄别目标客户是至关重要的一步。通过合理的市场调研和分析，我们能够了解到不同客户群体的需求和习惯，

并针对这些需求为他们提供更好的解决方案。如今的市场竞争激烈，企业不可能面面俱到地满足所有人的需求，因此找准目标客户群体非常重要。通过精准的目标客户定位，我们能够将有限的资源集中在最有可能产生转化的潜在客户身上，提高我们的营销效果。

第二段：了解客户需求

要想吸引客户，首先需要深入了解他们的需求。我们可以通过市场调研、问卷调查、与客户直接沟通等方式来获取客户需求的信息。了解客户需求并进行精准匹配，才能提供真正有价值的产品和服务。同时，了解客户需求还可以帮助我们改进产品和服务，满足客户的期望，提高客户满意度，从而促进持续的销售增长。

第三段：建立信任关系

在营销中，建立信任关系是非常重要的。客户在选择购买产品或服务时往往会考虑供应商的信誉和口碑。因此，我们需要通过提供高品质的产品和优质的服务来赢得客户的信任。同时，我们还可以通过与客户建立长期稳定的合作关系，通过关心客户、维护客户的方式来加强客户的信任感。建立信任关系是一个长期的过程，需要持续不断地投入和耐心。

第四段：创造客户价值

营销的核心是创造客户价值。通过不断创新和改进，我们能够为客户提供更好的产品和服务，增加他们的购买欲望和满意度。创造客户价值不仅仅是产品和服务本身的质量，还包括附加值，比如售后服务、技术支持、定制化等。通过不断提高客户价值，我们能够留住老客户，同时吸引更多新客户。

第五段：不断学习和改进

营销是一个不断学习和改进的过程。市场环境和客户需求都是在变化的，我们需要不断地学习，及时调整和改进自己的营销策略。要了解市场的最新动态，通过与行业专家的交流和分享，参加行业会议和培训等方式来扩展自己的知识和见识。同时，我们还需要结合数据分析和市场反馈，不断优化营销计划和执行方案，提高我们的营销效果和效率。

总结：

营销客户心得体会是一个不断积累和成长的过程。通过甄别目标客户、了解客户需求、建立信任关系、创造客户价值和不断学习和改进，我们能够提高自己的营销能力，更好地服务于客户，推动企业的发展和壮大。只有不断提升自己，在激烈的市场竞争中才能保持竞争优势。

客户营销心得体会篇五

网络客户营销作为营销领域的新兴方向，越来越受到企业的重视。在实践中，我逐渐摸索出了一些关于网点客户营销的心得体会。本文将就这些心得体会进行详细阐述。

第一段：网点客户营销的重要性及现状

随着互联网的普及和发展，越来越多的消费者习惯于使用电子商务平台进行购物和咨询。然而，传统实体店铺仍然是企业乃至消费者联系的重要纽带。因此，网点客户营销的重要性不言而喻。然而，目前许多企业对于网点客户营销的重视程度还不够，缺乏专门的战略规划和培训，营销效果不佳。因此，我们需要总结经验，完善营销策略，提高网点客户营销的效果。

第二段：选准目标客户群体，精准定位

在进行网点客户营销时，首先需要选准目标客户群体，并进

行精准的市场定位和人群分析。只有了解客户的需求和喜好，才能更好地进行产品和服务的定制和推广。例如，通过分析客户的购买历史和浏览习惯，可以判断出他们可能感兴趣的产品类型。然后，可以通过个性化推荐和定制优惠券等方式吸引客户并提高购买转化率。

第三段：建立网点客户关系，加强客户互动

建立良好的客户关系是网点客户营销的核心。通过有效的客户互动和沟通，可以增强客户对企业的信任感和忠诚度，从而提高客户的复购率和口碑传播效果。在实践中，我通过主动回访和问卷调查等方式，不断了解客户的需求和意见，及时解决客户遇到的问题，并开展一些线下活动，如产品体验会和专题讲座，以增加与客户的交流和互动。这些做法不仅增强了客户对企业的信任，还促进了客户口碑的传播，带来了更多的新客户。

第四段：整合线上线下渠道，提高客户体验

在进行网点客户营销时，要善于整合线上线下渠道，提供多样化的购物和服务体验。例如，线上线下同步进行促销活动，使客户能够在不同渠道下享受相同的优惠和服务；线上下订单后，客户可以选择线下自提或者线下体验店进行试穿等，提高客户满意度。同时，需要加强售后服务，提供快速、便捷的售后支持，回应客户关切，更好地满足客户的需求。

第五段：不断创新，持续改进

在网点客户营销中，市场环境和消费者需求不断变化，需要我们持续创新并不断改进。我认为，创新可以从产品、服务和营销手段等多个方面展开。例如，可以通过研发新产品，满足客户不断变化的需求；可以引入更便捷的支付方式和物流配送方式，提高用户体验；可以利用大数据技术，分析客户行为和喜好，制定更精准的推广策略等。通过持续创新和

改进，我们能够更好地适应市场变化，提高网点客户营销的效果。

总结：

网点客户营销是企业营销战略的重要组成部分，在实践中我们需要注重选准目标客户群体，建立客户关系并加强客户互动，整合线上线下渠道提高客户体验，并不断创新并持续改进。只有在这些方面不断努力，才能提升网点客户营销的效果，实现企业的可持续发展。