

客户维护心得体会（如何维护客户心得体会）

作者：有故事的人 来源：范文网 www.wtabcd.cn/fanwen/

本文原地址：<https://www.wtabcd.cn/fanwen/meiwen/65a22d56157bec79a21b14a4e46f7fc4.html>

范文网，为你加油喝彩！

客户维护心得体会

当我们有一些感想时，将其记录在心得体会里，让自己铭记于心，这样可以记录我们的思想活动。那么心得体会到底应该怎么写呢？以下是小编整理的客户维护心得体会，欢迎大家分享。

近年来，中国期货市场进入稳健发展阶段，尤其是今年股指期货的平稳上市，为中国期货市场的完善奠定了更加坚实的基础。社会各界，企业与民众对期货的认识有了新的高度和加强，使得其功能在经济社会中得到更好的发挥与提升。同时，各家期货公司的经营管理能力也在大幅度的提高，高素质的人才也流向了期货行业，期货公司的经营，管理，创新也在不断的发展。因此，在公司形成良好的组织构架，制度建设后，结合自己多年营业部经理的工作经验与体会，就期货营销与客户维护方面形成了自己的感想和认识，希望能向各位领导汇报，抛砖引玉、与行业内的同行们互相交流，从而更好的促进期货市场的稳健与繁荣。下面我简要介绍一下自己结合实际工作在营销与客户维护方面的一些见解与体会。

期货公司的营销有别于商品的营销，期货公司营销的实质是在营销一种投资思想，一种投资理念。期货公司营销的特点主要表现：一是期货公司的营销是理念的营销。理念的营销可以看作是无形的商品营销，是客户看不到，摸不着的。你的思想与理念能否向客户表达清楚是个关键问题，表达清楚了客户能否愿意接受又是一个问题，因此理念的营销难度更大。二是期货公司的营销更注重于公司的展示。由于期货公司的营销难度较大，因此以个人的力量很难为客户提供满意的服务，期货公司的服务更依赖于团队，更倚仗于期货公司这个载体，所以期货公司的营销更注重于对公司的宣传和展示，与客户促成合作的前提也是对公司的认同。三是期货公司的营销是个长期的过程。期货客户开发的过程是教育引导潜在客户的过程，对于大多数投资者来说，期货对大多数人来说是一个新生事物，即使了解期货市场的人也都认为期货市场是一个高风险的市场，这样，开发的过程自然延长了很多，需要通过漫长的培育过程使投资者认识期货，培育出潜在客户，然后才能引导投资者如何利用期货市场、介入期货市场。所以，期货公司的营销是个长期的过程。

期货营销的目的都是为了客户认同期货、参与期货，而期货营销的特点决定了的期货公司的营销具有长期性、阶段性的特征。因此我们期货公司的营销目的分为以下几点：一是展示期货公司。期货公司间的竞争就是为争得更大的客户群体，不断提高投资者以及社会对公司的认可是期货公司营销的目的。二是培育期货市场。期货市场产生迄今为止也仅仅十余年的时间，现货公司及风险投资者对期货市场的认可与认可程度还远远不够，对期货市场的培育也是通过营销逐步提高的。三是促成合作，这是期货公司营销的最终目的。

随着期货普及的推广，期货公司的营销形式更是多种多样。但最主要的营销模式还是电话营销和上门推销两种，下面针对这两种营销模式，总结了本人多年的工作经验：

一、随着市场经济的发展，越来越多的公司用电话作为销售工具。可在实际的销售工作中，有许多电话销售员不会打销售电话，往往很随意的丢掉了一个潜在客户。那么如何掌握好电话销售技巧打好销售电话呢？首先，电话销售人员只能靠听觉去看到准客户的所有反应并判断销售方向是否正确，同样地，准客户在电话中无法看到电话销售人员的肢体语言、面部表情，准客户只能借着他听到的声音及其所传递的讯息来判断自己是否喜欢这个销售人员，是否可以信赖这个人，并决定是否继续这个通话过程。其次，在电话销售的过程中如果没有办法让准客户在20-30秒内感到兴趣，准客户可能随时终止通话，因为他们不喜欢浪费时间去听一些和自己无关的事情，除非这通电话让他们产生某种好处。所以，最好的销售过程是电话销售人员说1/3的时间，而让准客户说2/3的时间，如此做可以维持良好的双向沟通模式。另外，还有许多的细节必须注意。比如，优美的声音，美好的祝福，及时的服务等等，只要有心去做，就一定会越做越好。

二、上门推销：业务开发人员上门推销可以直接同客户接触，这就决定了人员推销的优势所在。客户可以根据业务人员的描绘而形成一定的看法和印象。当然，这并不是意味着一个好的业务人员就一定可以获得推销的成功，但是，他可以留给客户一个很重要的第一印像。至少，当他要开户的时候，他最先想起来的可能是这个业务人员，接下来是他所属的公司。一般我们上门推销的步骤是：

1、对当前的国内外经济形势、金融政策、股市行情、活跃期货品种的走势等了如指掌，并携公司简介、品种介绍等资料。

2、明白无误地向对方介绍你的姓名和你所服务的公司，随后向接待者、秘书和其他人员递上你的名片。

3、简要而直接地阐明你此行的目的。

4、当被访者乐意同你交谈时，你应聚精会神地听。

5、你请求他们在我们公司开户交易。

6、如果他们有开户的意向，那么你要尽力得到他们明确的许诺。除了期货营销外，对于客户的维护也是缺少不可的，因为说到底，期货经纪业务是一种金融服务，只有打造自己的服务品牌，做好客户服务，才能在这个市场上立于不败之地。

如何做好期货公司的客户管理与服务前些日子看了一篇文章，文章里提到了一个现代时髦的流行语：客户关系管理（CRM）。什么是客户关系管理呢？这个词汇最初是由GartnerGroup提出的，就如同他提出ERP一样。GartnerGroup作为全球比较权威的研究组织，对CRM定义如下：“客户关系管理（CRM）是代表增进赢利、收入和客户满意度而设计的，企业范围的商业战略。”而对于期货公司来说，客户关系管理指的就是以客户为中心，恰当地提供期货产品和服务，提高客户的满意程度，最大限度地减少客户流失，实现客户和期货公司双赢的一种管理方法。现在并不是就要上一套客户关系管理系统，就跟集团的ERP一样，而是要从中领会到客户服务的核心思想和重要性，努力做好期货公司客户的管理与服务。一、期货公司客户管理与服务的重要性目前公司虽然设有客服岗位，但实际上并没有做到真正的客户服务工作，我们现在的客服岗位严格来说应该是“客户开户与合同管理”，实际的客户服务工作只局限于向客户发送少量的新闻资讯。由

于期货不是大众投资工具，专业性强，期货公司开发客户的难度要比其他行业大得多，因而客户保留对期货公司尤其重要。事实上，期货公司人力资源相对不稳定，尤其是市场开发人员容易跳槽，往往使期货公司眼睁睁地失去客户，却无能为力。一组来自权威机构的数字显示：

a、争取一个新客户的成本是维持一个忠诚客户成本的5-7倍。b、一个不满意的客户会影响25个潜在客户的购买意愿。c、60%的新客户来自现有客户的推荐。上述数据来自普通行业，期货行业更是如此。所以客户的管理与服务工作更显得尤为重要。满足客户需求是期货公司客户关系管理的核心。开发新客户、提升客户盈利性和增进客户关系是期货公司客户关系管理的主要内容。

二、如何做好期货公司的客户管理与服务

1、客户的分类

有管理就要有分类，结合行业特点，公司可以根据参与目的、资金规模、交易量等角度对期货公司客户进行分类。例如分为：

- (1) 专业性较强的套保大户；
- (2) 多品种投机为主的交易大户；
- (3) 多品种投机交易的中户；
- (4) 一般散户。“八二规则”表明，企业80%的销售收入和利润来自仅占总数20%的客户。如果贡献了80%利润的客户仅得到了20%的服务，对提升重要客户的忠诚度是无益的，这一点就是我们进行客户分类的意义所在。

2、客户服务的必要性：减少客户的流失期货公司的客户管理与服务最重要的目标是减少客户流失，期货公司客户流失可以分为以下两种：一是必然流失的客户，主要包括：蓄意放弃的客户，这些客户会给公司带来风险，被公司放弃；被迫离开的客户，由于客户经济情况发生变化或者迁徙的原因。二是偶然流失的客户，主要包括：主动离开的客户；亏损的客户；被别家期货公司吸引的客户；由于企业员工跳槽、居间人转移带走的客户等等。客户是期货公司最重要的资源之一。市场上经常出现这样的情景：一方面期货公司投入大量的时间、人力、财力去发展新客户；另一方面又因客户保持工作的不完善导致现有客户不满意而产生流失。事实上，期货公司需要从第一次交易开始便与客户建立良好的互动关系，有效建立防线，防止客户流失，而不是单纯依靠降低手续费来留住客户，这是增加期货公司收益，降低成本的绝佳途径。所以期货公司应更多地通过为客户提供优质服务来维持客户忠诚度，以获得与客户长期的关系保持，并将客户服务进行到底，防止客户因服务的缺憾而流失。

3、客户的服务

目前期货公司的经纪业务雷同，在业务雷同的情况下，公司之间比拼的就是研发和客户的后续服务，所以研发及客户的后续服务是公司的核心竞争力，是开发工作及客户维护工作重要的后续支持。否则开发工作及客户后续维护将处于孤立无援和低质量的状况。期货公司的服务工作主要有以下几方面：

- a、咨询服务

期货公司咨询服务包括交易咨询和行情咨询，交易咨询是最基础的部分，涉及期货交易的方方面面，比如开销户流程、保证金如何计算、交割与期转现等；行情咨询就需要依托强大、雄厚的研发实力支持，这个是服务中的难点，也是体现公司客户服务的亮点。

b、交易服务

（1）技术平台服务

技术平台最核心的服务是交易通道的服务。交易通道服务作为期货公司的基础性服务，要面对大量的投资者，所以期货公司必须建立强大的后台系统，并实现经纪业务全流程的电子化，并且结合客户需求不断推出交易系统的延伸服务，公司今年就推出了条件单、止损止赢单、多账户交易系统等服务内容。

（2）账单服务在当天交易结束后，期货公司会根据每日无负债结算制度，为客户提供交易账单，使客户对自己的交易盈亏情况、资金状况及风险指数了然于心。

c、个性化服务

前2项服务都是每个经纪公司能够实现的，想要加强期货公司的竞争力就需要引入延伸的、个性化的服务。这需要公司的研发力量的支持。

客户服务部门可以与研发部门合作，研发部对期货品种的各种研发报告，客服部门通过电子邮件和手机短信，网站宣传，尽快向客户传递信息；

也可以提供重点客户服务：重点客户是指交易频繁、累计交易量大、掌管多个账户以及资金量大的客户。为重点客户提供超出目前一般研发水平的、更微观的详尽的资料，降低客户投资风险。公司可以把重点服务对象分配在每个员工名下，进行“一对一”的跟踪服务。

4、建立客户档案与数据库管理

将客户从开户咨询、交易记录、提出的建议等等都集合起来建立客户档案，分析客户价值，最终形成公司整体的客户数据库。有了数据库，我们就可以掌握客户投诉、客户流失等信息，在客户有可能离开公司之前，捕获信息，及时采取措施挽留客户。

更多 范文 请访问 https://www.wtabcd.cn/fanwen/list/91_0.html

文章生成doc功能，由[范文网](http://www.wtabcd.cn/fanwen/)开发