



模块二任务二 会展现场服务与管理

作业任务

沃尔玛客户服务管理案例

沃尔玛能够跨越多个渠道收集最详细的顾客信息，并且能够造就灵活、高速供应链的信息技术系统。沃尔玛的信息系统是最先进的，其主要特点是：投入大、功能全、速度快、智能化和全球联网。目前，沃尔玛中国公司与美国总部之间的联系和数据都是通过卫星来传送的。沃尔玛美国公司使用的大多数系统都已经在中国得到充分的应用发展，已在中国顺利运行的系统包括存货管理系统、决策支持系统、管理报告工具以及扫描销售点记录系统等。这些技术创新使得沃尔玛得以成功地管理越来越多的营业单位。当沃尔玛的商店规模成倍地增加时，它们不遗余力地向市场推广新技术。比较突出的是借助 RFID 技术，沃尔玛可以自动获得采购的订单，更重要的是，RFID 系统能够在存货快用完时，自动给供应商发出采购订单。另外，沃尔玛的“零售商联系”系统使沃尔玛能和主要的供应商共享业务信息。举例来说，这些供应商可以得到相关的货品层面数据，观察销售趋势、存货水平和订购信息，甚至更多。通过信息共享，沃尔玛能和供应商们一起增进业务发展，能帮助供应商在业务的不断扩张和成长中掌握更多的主动权。沃尔玛的模式已经跨越了企业内部管理（ERP）和与外界“沟通”的范畴，而是形成了以自身为链主，链接生产厂商与顾客的全局供应链。沃尔玛能够参与到上游厂商的生产计划和控制中去，因此能够将消费者的意见迅速反映到生产中，按顾客需求开发定制产品。沃尔玛超市天天低价广告表面上看与 CRM 中获得更多客户价值相矛盾。但事实上，沃尔玛的低价策略正是其 CRM 的核心，与“按订单生产”不同，以“价格”取胜是沃尔玛所有 IT 投资和基础架构的最终目标。

问题：

- (1) 请用图表的方式表示客户开发一般包括的几个流程。
- (2) 客户开发的方法有哪些，列出并作简要的阐释。
- (3) 在与客户沟通过程中，有什么沟通技巧？

【答案参考要点】

- (1) 问题一：



以饼图、柱状图、表格等方式表达；（6分）

主要流程：寻找客户、识别客户、接近客户、与客户洽谈、处理客户的异议、与客户成交、售后工作。

（2）问题二：

①逐户访问法。逐户访问法又被称为地毯式寻找客户法，即针对某特定区域，挨家挨户拜访，是发掘客户的一种开发方法。（3分）

②电话访问法。即通过电话的形式逐个寻找客户的一种方法，采用该方法一定要注意谈话技巧。（3分）

③广告开发法。即利用广告媒体来发布产品信息，突出自己的产品特点、突出对客户价值。吸引客户前来咨询，由销售人员对被广告吸引来的客户进行销售的一种客户开发方法。

④网络推广法。即利用商业网站、行业协会网站、商会网站、专业网站、区域网站、展会网站、来进行客户开发的方法。（3分）

⑤短信推广法。即利用发送短信的方式介绍公司产品的相关信息，吸引客户前来咨询，再由销售人员对被广告吸引来的客户进行销售的一种客户开发的方法。（3分）

⑥直邮法。即直接以邮寄信函的方式给客户发资料，介绍公司、产品的优势来开发客户的一种方式。（3分）

⑦面谈法。即通过专人上门拜访，与客户面对面介绍公司和产品的一种客户开发的方式。（3分）

⑧连锁介绍法。即通过老客户的介绍来寻找有可能购买该产品的其他客户的一种方法。（3分）

⑨会议开发法。即相关人员利用举办或参加新闻发布会、新产品洽谈订货会、产品展销、贸易年度洽谈会、展览会的机会，广泛宣传自己的产品和政策，与其他与会者建立联系，寻找客户的方法。（3分）

⑩资料分析法。即通过分析各种有关的情报资料的方式来开发客户的方法。（3分）

（3）问题三：

①知己知彼，百战不殆。（3分）

②坦诚相待，礼貌先行。（3分）

③平时多联系，友谊更长久。（3分）



④主题突出，目的明确。(3分)