ERD-Crm模块

关于客户性质、行业、销售团队等方面的操作流程

企业在实行具体的市场方案去实现客户价值之前

一定要先做的一项工作就是对客户进行细分

面对不同客户的不同需求时

企业不可能以单一的产品或者服务去满足客户

而是必须根据细分出来的不同客户群体

提供不同的针对性服务

对客户进行细分，可以有效的降低成本

同时也可以让企业的有限的资源得到合理的分配

下面请看实景演示

客户性质

按客户价值划分

可将客户分为关键客户（A类客户）

主要客户（B类客户）

和普通客户（C类客户）三大类

按客户的状态划分

可将客户分为潜在客户

目标客户、准客户、成交客户

忠诚客户五大类

点击创建，输入名称，即完成客户性质创建

客户分类可以帮助企业有效识别客户

准确的客户识别对于服务的有效性和适当性至关重要

通过有效的客户分类

企业才能在资源配置上合理的区分不同类型客户的需求

把合适的资源投入在合适的客户身上

从而在客户身上获得最合理的投入与回报比率

客户来源

指客户得知产品的来源渠道

如某客户通过朋友介绍来购买产品

“朋友介绍”就是客户来源

再比如某客户通过在YouTube了解您的产品并进入官网

“YouTube”就是客户来源

国外客户来源通常有

展会、邮箱、YouTube、Facebook、Whatsapp

搜索引擎、当面拜访，客户介绍

国内客户来源有

展会、名片、抖音、qq、经销商报备、客户推荐

阿里巴巴、微信、版师大赛

点击创建，输入名称，即完成客户来源创建

对所有客户来源进行分析数据整合

以便企业从中寻找规律，优化推广渠道

是提高企业成交率的一种手段

行业

对客户所在行业分类

包括餐饮、娱乐服务业、批发零售贸易业、交通运输、仓储业

通信、电子设备制造业、采掘业、公共服务业

房地产业、科学教育、文化卫生、其他行业

点击创建，输入行业名称，即完成行业创建

通过对客户所在行业分类

方便业务员对客户进行差异化管理

介绍符合客户需求的商品和更加个性化的服务

标签

即客户特征标签化

就是利用一些具有较强概括性的词来描述客户特点

进一步将客户精细化管理

有助于整合现有资源、精准获客

由于客户通常具备多种属性

一个客户可以设置多个标签

方便业务员来快速筛选跟进客户

点击创建，输入标签名称，即完成客户标签创建

销售团队

对销售中心的各层级部门进行管理

按部门将销售人员进行分组管理

点击创建跳转对应的创建页面

完成团队的新增

输入销售团队名称

团队负责人

选择团队的负责人，即主管领导

上级团队

当前团队的上级归属即上级部门

团队成员

点击添加，跳转成员选择界面进行勾选

团队销售任务

制定团队年度销售任务

业务员销售任务

对团队中每一个销售员分配年度销售任务

信息创建完成后，点击保存

即完成销售团队的创建

通过上述流程

帮助销售人员记录客户跟进记录

进行精细化客户管理

帮助销售人员提高工作效率，加速销售成交

一方面能够提升价值客户的体验

另一方面提升客户价值

深度挖掘客户潜在消费能力

加大客户满意度

促使企业为客户提供更加适合的服务

提高客户的忠实度，为企业搭建忠实受众群体

减销售周期和销售成本

使企业销售目标及产品生产更加精准

不再无的放矢

为企业拓宽销售渠道

开拓新的市场