
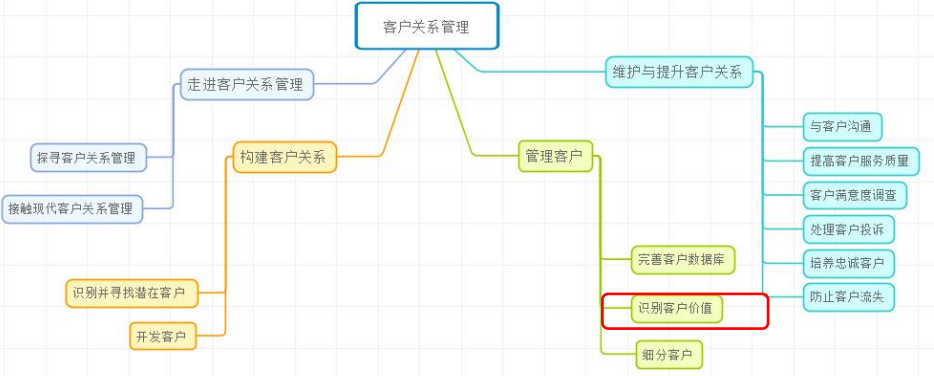


## 项目三 识别价值客户一

## 任务二 识别客户价值

|         |  |                                     |   |          |
|---------|--|-------------------------------------|---|----------|
| 主题名称    | 识别客户价值   |                                     |   |          |
| 学情分析    | 上一个任务中各小组完成了潜在客户的开发,并根据企业和客户特点编制了客户信息档案,为个性化的客户管理奠定基础。                       |                                     |   |          |
| 教学目标    | 知识目标   | 能力目标                                | 素质目标  |          |
|         | 1. 理解客户价值的含义、构成;<br>2. 熟悉评估客户价值的指标<br>3. 掌握客户价值的计算方法                         | 能够从客户生命周期的角度分析客户对企业价值               | 培养细致、严谨的工作态度  |          |
| 思政目标    | 引导用创新思维深入从客户身挖掘价值,以客户为中心创造价值的服务意识  |                                     | 通过直播电商的兴起,网红效应等案例引导学生树立互联网思维,创新理念                   |          |
| 本单元任务   | 情境描述   |                                     | 任务  |          |
|         | 张数在开发客户的过程中,根据自己收集的客户信息和经验主观上判断了客户价值,并针对自己认为比较合适的客户进行了开发,但最终收效甚微,他的做法有什么问题吗? |                                     | 选择真正适合的目标客户,必须用合理的方法,不能仅仅根据自己的经验,建立衡量客户价值的指标,评估客户价值 |          |
| 教学重点    | 重点:客户价值的构成;客户价值的评估   |                                     |   |          |
| 教学难点    | 难点:客户价值的评估   |                                     |   |          |
| 教法与学法   | 教学方法   | 案例教学法、讲授法                           |   |          |
|         | 学习方法   | 探究学习,小组讨论,头脑风暴                      |   |          |
| 教学资源    | 教材讲义   | 《客户关系管理》丁建石主编及自制讲义                  |   |          |
|         | 课件   | 见《客户关系管理》课程资源库课件文件包                 |   |          |
|         | 案例   | 1、星巴克的咖啡<br>2、宝供三变<br>3、Dell、美联航的失误 |   |          |
|         | 工作岗位   | 客户关系管理                              | 工作部门  | 业务/市场销售部 |
|         | 必备材料   | 教材、任务单、课件、教案                        | 补充材料  | 案例集      |
|         | 参考资料   | 电子教材、网站资源                           |   |          |
| 教学内容与过程 |  |                                     |   |          |
| 环节      | 教学内容   |                                     |   |          |

|                      |  |   |
|----------------------|--|---|
| <p>复习<br/>(2')</p>   | <p><b>【师生互动活动】</b></p> <p>1. 收集的客户信息包括哪些？</p> <p>2. 客户信息有何用处？</p>  |   |
| <p>知识定位<br/>(1')</p> |   |   |
| <p>任务导入<br/>(5')</p> | <p><b>【任务导入】</b></p> <p>1. 案例：星巴克的咖啡价格之争</p> <p><b>【学生活动】</b></p> <p>分析案例中星巴克的咖啡为什么销售价格如此高的原因</p>  |   |
| <p>告知</p>            | <p>教师活动</p> <p>教学内容：客户价值理论，客户价值的构成</p> <p>教学目标：能够设计评估客户价值的指标体系，分析不同客户对企业价值</p>   | <p>学生活动</p> <p>接受任务，明确学习目标</p>  |
| <p>操练<br/>(60')</p>  | <p><b>子任务</b></p> <p><b>【子任务1】</b>了解客户价值理论</p> <p><b>【子任务2】</b>分析客户价值构成</p>  | <p><b>【教师讲授】</b></p> <p>顾客让渡价值理论<br/>感知价值理论</p> <p>客户价值构成</p> <p><b>【学生活动】</b></p> <p>运用顾客让渡价值理论、客户感知价值理论解释客户行为</p> <p>对老师提供的案例进行讨论、分析，客户对企业的价值体现在哪些方面<br/>分析客户价值构成</p> |

|                   |  |                               |                                       |
|-------------------|--|-------------------------------|---------------------------------------|
|                   | 【子任务3】建立客户价值指标   | 客户价值评价指标<br>客户价值评价方法          | 分析评估客户价值的指标,掌握客户价值的计算方法               |
| 深化<br>(10')       | 【小组展示】<br>哪些客户是公司的重要客户?如何确定的?  | 【学生活动】<br>对客户信息进行分析,确定关键或重要客户 | 【教师活动】<br>对于学生的设计给予点评,对学生的观点进行梳理与分类归纳 |
| 总结<br>(3')        | 通过本节课,各小组了解了客户价值的意义,了解客户价值的构成,掌握估算客户价值的方法。   |                               |                                       |
| 预习任务与课后作业<br>(2') | <b>【课后作业】</b><br>结合企业实际情况,建立评价客户价值的指标体系,并对客户价值进行估算<br><b>【预习任务】</b><br>如何选择合适的客户进行客户开发和其他客户管理工作?检索资料,总结客户细分的常用方法 |                               |                                       |
| 教学评价              | 本节任务《识别客户价值》,通过本节课学习,学生理解客户价值的意义,了解客户价值的构成,掌握估算客户价值的方法,为下一步客户管理做好准备。   |                               |                                       |