

教学日志

时间： 2022年8 月 3 1 日	第 12/34 节	班级： 20级市场营 销34/12班
课堂总结	本这节课通过与学生的互动，了解我们的生活中有哪些情形与客户关系管理有关，通过与学生密切相关的事例，引导学生思考、讨论，学生对课程有初步的认识，介绍课程框架结构、主要内容、课程实施和考核要求，学生对课程和上课要求有基本了解，并在此基础上制定了自己的学期课程学习计划。	
时间： 2022年9 月 1 日	第 12/34 节	班级： 20级市场 营销34/12班
课堂总结	本节主要介绍课程中客户的含义和类型、客户关系的含义和类型、企业选择客户关系的影响因素。通过课堂提问发现：学生的对不同客户关系类型的认识还存在偏差，对企业应与客户建立何种客户关系比较恰当还不能做出正确选择。	
时间： 2022年9 月 7 日	第 12/34 节	班级： 20级市场营 销34/12班
课堂总结	本节主要介绍客户关系管理产生背景和发展动力因素，通过本节课程学生能够了解客户关系的产生市场竞争越来越激烈的结果，这也是企业实施客户关系管理的最根本原因	
时间： 年 9 月 8 日	第 12/34 节	班级： 20级市场营 销34/12班
课堂总结	通过学生上网查找关于客户关系管理的定义和客户关系管理相关岗位和能力要求、客户关系管理系统软件的功能，本节主要让学生掌握客户关系管理的概念及客户关系管理的主要内容。	
时间： 年 9 月 14 日	第 12/34 节	班级： 20级市场 营销34/12班
课堂总结	识别潜在客户特征，潜在客户识别的 MAN 原则，本这节课通过学生对产品和企业的分析确定潜在客户是哪些，有何特征	
时间： 年 9 月 15日	第 12/34 节	班级： 20级市场营 销34/12班

课堂总结	本节课主要介绍寻找潜在客户的方法，通过对潜在客户特点的分析，选择合适的方法，寻找潜在客户		
时间：	年 9 月 21 日	第 12/34 节	班级：20级市场营销34/12班
课堂总结	客户开发计划的制定，营销导向的客户开发：产品、价格、渠道、促销		
时间：	年 9 月 22 日	第 12/34 节	班级：20级市场营销34/12班
课堂总结	客户开发之接近客户，接近客户前的准备工作，包括物质和精神上的准备，为下一步工作做好准备		
时间：	年 9 月 28日	第 12/34 节	班级：20级市场营销34/12班
课堂总结	客户开发之接近客户，接近客户要给客户留下良好的第一印象，主要是有仪态仪表		
时间：	年 9 月 29 日	第 12/34 节	班级：20级市场营销34/12班
课堂总结	客户开发之与客户洽谈，了解客户需求：通过观察、倾听和提问了解客户需求，培养观察、倾听和提问的技巧；客户开发之与客户洽谈，向客户做产品介绍：FAB、USP。掌握有效产品介绍的方法；		
时间：	年 10 月 5 日	第 12/34 节	班级：20级市场营销34/12班
课堂总结	客户开发之与客户洽谈，处理客户异议和与客户成交：根据客户异议的类型，分析处理客户异议的方法和技巧，与客户达成协议，成交，完成客户开发工作		
时间：	年 10 月 6 日	第 12/34 节	班级：20级市场营销34/12班
课堂总结	本节介绍客户信息的内容、分类和特点。		

时间：	年 10 月 12 日	第 12/34 节	班级：20级市场营销34/12班
课堂总结	通过对客户信息的分类，掌握不同类型客户信息的作用，掌握非结构化信息结构化的转化；客户信息来源与收集客户信息的方法。		
时间：	年 10 月 13 日	第 12/34 节	班级：20级市场营销34/12班
课堂总结	熟悉建立客户信息库应该遵循的原则，步骤；对客户信息库的管理和利用；掌握客户信息分析方法		
时间：	年 10 月 19 日	第 12/34 节	班级：20级市场营销34/12班
课堂总结	客户价值理论：企业为客户提供的价值，是企业市场营销的基础和目标客户让渡价值+客户感知价值 客户价值理论：客户为企业提供的价值 理解客户为企业提供的价值的构成，常用的客户价值评价指标		
时间：	年 10 月 20 日	第 12/34 节	班级：20级市场营销34/12班
课堂总结	客户生命周期理论，客户终身价值 学会分析客户所处的生命周期的极端，掌握评估客户终身价值的方法		
时间：	年 10 月 26 日	第 12/34 节	班级：20级市场营销34/12班
课堂总结	客户细分的本质是客户的分类和分级，客户细分的维度：客户内在属性、外在属性和消费行为		
时间：	年 10 月 27 日	第 12/34 节	班级：20级市场营销34/12班
课堂总结	客户细分方法：ABC分类法、RFM法和CLV法的使用方法、特点 学会用ABC法和RFM法对客户进行细分，并对不同类比客户提出管理策略		
时间：	年 11 月 2 日	第 12/34 节	班级：20级市场营销34/12班
课堂总结	认识客户服务的内容和特点，了解客户服务有不同层次，企业提供不同层次的客户服务对满足客户需求的意义		