

# 客户满意度调查

## 教案

### 一、教学基本情况

授课单元	认识客户满意	授课班级	2017 级工商企业管理 1 班																																
课程名称	客户关系管理	授课学时	2																																
内容分析	<p>本单元选自工商企业管理专业《客户关系管理》课程，参考了高职高专教育精品规划教材，依据专业人才培养方案，立足当前企业市场竞争人才需求，将教学内容设计为客户关系的构建——有价值客户的识别与管理——维护与提升客户关系——流失客户的管理 4 大模块，本次课是三大模块维护与提升客户关系中的任务三：客户满意度调查。</p>  <pre> graph TD     A[客户关系管理] --&gt; B[走进客户关系管理]     A --&gt; C[建立客户关系]     A --&gt; D[管理客户]     A --&gt; E[维护与提升客户关系]     A --&gt; F[流失客户管理]          B --&gt; B1[探索客户关系管理]     B --&gt; B2[接触现代客户关系管理]          C --&gt; C1[识别与寻找潜在客户]     C --&gt; C2[开发客户]          D --&gt; D1[建立与完善客户信息库]     D --&gt; D2[识别价值客户]     D --&gt; D3[细分客户]          E --&gt; E1[与客户有效沟通]     E --&gt; E2[客户满意度测评]     E --&gt; E3[客户满意度理论]     E --&gt; E4[客户满意度调查]     E --&gt; E5[客户满意度评价]     E --&gt; E6[提高客户服务质量]     E --&gt; E7[处理客户投诉]          F --&gt; F1[流失客户管理]     </pre>																																		
学情分析	<p>教学年级：高职工商企业管理专业大二学生</p> <p>学习基础：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>完成先导课程《管理学基础》、《市场营销实务》、《统计学基础》等学习</li> <li>在前面的任务中学生已经了解了客户的开发流程，并完成了客户的获取任务</li> </ol> <table border="1" data-bbox="475 1574 1193 1778"> <tr><td>5</td><td>胡亚萍</td><td>识别与寻找潜在客户</td><td>2019-09-07 13:41</td></tr> <tr><td>6</td><td>胡亚萍</td><td>开发客户</td><td>2019-09-09 15:49</td></tr> <tr><td>7</td><td>胡亚萍</td><td>客户开发——2</td><td>2019-09-17 16:07</td></tr> <tr><td>8</td><td>胡亚萍</td><td>建立和完善客户信息库</td><td>2019-09-23 14:57</td></tr> <tr><td>9</td><td>胡亚萍</td><td>识别高价值客户</td><td>2019-10-08 08:36</td></tr> <tr><td>10</td><td>胡亚萍</td><td>计算客户终身价值</td><td>2019-10-20 09:47</td></tr> <tr><td>11</td><td>胡亚萍</td><td>客户细分</td><td>2019-10-23 11:31</td></tr> <tr><td>12</td><td>胡亚萍</td><td>客户满意度调查</td><td>2019-11-12 09:03</td></tr> </table> <ol style="list-style-type: none"> <li>学生能够从感性上认识这一问题，但通过课前平台调查和学生沟通，发现对于如何了解真实的客户关系现状以及如何采取措施维护客户关系仍有疑问。</li> </ol>			5	胡亚萍	识别与寻找潜在客户	2019-09-07 13:41	6	胡亚萍	开发客户	2019-09-09 15:49	7	胡亚萍	客户开发——2	2019-09-17 16:07	8	胡亚萍	建立和完善客户信息库	2019-09-23 14:57	9	胡亚萍	识别高价值客户	2019-10-08 08:36	10	胡亚萍	计算客户终身价值	2019-10-20 09:47	11	胡亚萍	客户细分	2019-10-23 11:31	12	胡亚萍	客户满意度调查	2019-11-12 09:03
5	胡亚萍	识别与寻找潜在客户	2019-09-07 13:41																																
6	胡亚萍	开发客户	2019-09-09 15:49																																
7	胡亚萍	客户开发——2	2019-09-17 16:07																																
8	胡亚萍	建立和完善客户信息库	2019-09-23 14:57																																
9	胡亚萍	识别高价值客户	2019-10-08 08:36																																
10	胡亚萍	计算客户终身价值	2019-10-20 09:47																																
11	胡亚萍	客户细分	2019-10-23 11:31																																
12	胡亚萍	客户满意度调查	2019-11-12 09:03																																

第1题：你知道什么是客户满意吗？ [单选题]

选项	小计	比例
知道	20	90.91%
不知道	2	9.09%
本题有效填写人次	22	

第2题：你知道如何了解客户满意状态吗？ [单选题]

选项	小计	比例
知道	17	77.27%
不知道	5	22.73%
本题有效填写人次	22	

4. 另外一方面，学生对办公软件的使用比较熟练，对用 excel 进行简单的数据分析掌握情况较好。但对更专业的数据分析软件基本不了解。

第3题：你了解的数据统计工具有 [单选题]

选项	小计	比例
excel	21	95.45%
spss	0	0%
不知道	1	4.55%
本题有效填写人次	22	

表格 饼状图 圆环图 柱状图 条形图 隐藏零数据

第4题：你是否会使用数据统计工具进行数据分析？ [单选题]

选项	小计	比例
会	13	59.09%
不会	9	40.91%
本题有效填写人次	22	

### 参考资料

主教材	《客户关系管理实务》王蕾主编
参考教材	1. 《客户关系管理使用教程》，周贺来主编，机械工业出版社 2. 《客户关系管理》，陈小刚主编，北京邮电大学出版社 3. 《客户关系管理实务》，蔡瑞林 徐德力主编，北京大学出版社

### 教学资源


1. 《客户关系管理》课程教学平台
2. 工商企业管理专业资源库
3. 网络资源：  
中国营销传播网 <http://www.emkt.com.cn/>  
客户管理网 <http://www.ccmclick.com/>  
客户世界 <http://www.ccmw.net/>

### 教学目标

知识目标	能力目标	素质目标
1. 理解客户满意的含义及客户满意形成过程、客户满意的特点和	能够分析影响客户满意的因素	1.树立客户为中心的服务理念 2.培养认识问题、分析

	意义 2. 掌握客户满意的影响因素 3. 理解客户满意度指数的概念		问题的能力
<b>教学重点</b>	客户满意影响因素		
<b>教学难点</b>	客户满意影响指数		
<b>教学方法</b>	任务驱动：教师布置任务，通过讲授、师生互动、讨论、任务作业等形式完成分析客户满意因素任务 小组探究式学习：以小组为单位实施任务，制定计划、讨论研究、实施方案，通过组内探究，组间互评，共同学习，共同进步		
<b>信息化手段</b>	教学动画、教学视频、微课、网络教学平台		
<b>教学设计思路</b>	<p>基于翻转课堂教学理念，采用任务驱动教学法，以企业“客户为中心”经营理念，提高客户满意度目标，设立“客户满意度调查”任务为载体进行教学设计，认识客户满意，完成分析客户满意因素任务。充分利用《客户关系管理》教学平台，开展“课前线上预习与自测、课上析重难点、课后拓展”的教学活动。</p>		

## 二、教学过程

课前自学与自测			
教学环节	活动		信息化手段应用
	教师	学生	
布置任务，预习自测	教师准备学习资料，并上传网络教学平台，通过平台公告、qq、微信等发布学习通知；批阅学生自测，了解学生问题	接收预习任务，根据任务要求提前预习课程内容，观看微课视频等教学资源，同时完成课前自测	1. 网络课程平台、qq、微信等发布预习任务  2. 网络教学平台上构建课程模块上传课程资源

教学实施过程

			3. 网络教学平台自测
课堂学习			
教学环节	活动		教学意图
	教师	学生	
导入：案例——购买空调的经历 <b>思政案例：</b> 运用诚信，走向双赢（5分钟）	1. 创设情景 2. 引发思考 <b>【提问】：</b> 1. 案例中客户心理是如何变化的 2. 满意的客户给企业带来了怎样的结果	1. 阅读案例 2. 思考回答问题	通过案例突出客户购买体验中心心理变化，强调其对购买行为的影响，引导出企业应重视对客户满意的认识  通过 <b>思政案例</b> 强调，企业经营必须秉承“诚实守信”的原则，让客户感受到诚意，鼓励学生树立正确的价值观
布置任务：（5分钟）	利用 <b>教学平台</b> 下发任务书，明确课程任务	按照任务书要求，以小组为单位进行任务分析，展示任务分析结果和遇到的困难	<b>教学平台</b> 下发任务书，随机分组，展示结果
	<b>【任务描述】</b> 分析客户满意的形成过程，寻找客户满意的影响因素		
任务一（30分钟） 客户满意的形成过程	收集学生任务分析结果，并进行点评	展示任务分析结果，并描绘出客户满意形成过程	运用 <b>教学平台</b> 收集学生想法并进行展示
<b>【思考】</b> 客户满意的本质是什么？有什么特点？ <b>【学生反馈】</b> 展示小组分析结果 <b>【导出观点】</b> 客户满意是一种客户的心理状态，是客户对购买前的预期和客户在购买过程中和购买后的实际体验性比较得出的一种感受——愉悦或者失望。 客户满意的形成过程			
<div style="text-align: center;"> <p>客户满意的形成过程</p> </div>			

	<p><b>【学生讨论】</b>（进一步思考）在这一过程中形成的客户满意是一成不变的吗？每个人的评价一样吗？</p> <p><b>【观点】</b>客户满意状态是不稳定的，很多因素会对客户的感受产生影响。所以客户满意的特点：主观性、层次性、相对性、阶段性</p>		
<p>任务二（20分钟） 客户满意的影响因素</p>	<p>启发引导思考：哪些因素会影响客户满意，对学生讨论结果点评总结</p>	<p>利用思维导图，梳理影响客户满意的因素</p>	<p>思维导图 雨课堂</p>
<p><b>【小组讨论】</b>影响客户满意的因素有哪些？ <b>【学生展示】</b></p> <div data-bbox="582 645 1268 1030" data-label="Diagram"> </div> <p><b>【总结点评】</b>根据客户满意度的定义，客户满意度是建立在客户期望与现实基础上的、对产品与服务的主观评价，一切影响期望与服务的因素都可能影响客户满意度。</p> <div data-bbox="507 1214 1332 1601" data-label="Diagram"> </div> <p>同时，客户满意还与客户的实际体验有密切的关系，企业通过提高客户的让渡价值来实现客户的价值感知。 从企业工作的角度，如下因素影响客户满意：</p>			



任务三 认识客户满意度和客户满意度指数（20分钟）

介绍经典客户满意度模型，客户满意度指数

学习并理解客户满意度模型，理解客户满意度指标体系

雨课堂  
在线教学平台

**【讲授】**客户满意度，是客户对企业及企业产品、服务的满意程度，是客户满意水平作出的定量描述，是可感知质量和期望值之间差异的函数，及客户对企业产品和服务的实际感受与期望值比较的结果。

客户满意度用数学公式可表示为： $C=b/a$

其中，C表示客户满意度，B——客户的是实际感知值，A——客户的期望值。

企业通常希望了解客户的满意程度如何，在实践研究中，建立了满意度指数模型，并根据这一模型来对客户满意度进行测评。比较典型的客户满意度指数模型是 ACSI 模型。

**【学生活动】**通过在线教学平台学习 ACSI 模型的相关知识，并分析这一模型的特点

**【点评】**ACSI 模型对顾客满意度水平的综合评价指数

优点：

可进行跨行业比较，同时能进行纵向跨时间段的比较，已经成为美国经济的晴雨表；

是非常有效的管理工具，能够帮助企业与竞争对手比较，评估企业所处的竞争地位。

缺点：

不是针对具体企业的诊断指导，它的调查不涉及企业产品或服务的具体绩效指标

另外，典型的客户满意度模型还有四方图模型、KANO 模型，都是企业用于分析影响客户满意的因素、分析客户满意水平的常用模型，大家课后可以在线学习。

考核评价	考评内容	分值
	标准	课前观看视频、资料

	课前自测题成绩、课前讨论	10
	课堂讨论、发言	15
	调查问卷设计及完善	25
	对其他小组提出改进意见的主动性、科学性	10
	出勤情况及课堂纪律	10
	团队合作	10
	课后自测、任务拓展	10
合计	100	

教学反思	<p>本节课通过学习客户满意及其客户满意影响因素、经典的客户满意度模型，帮助同学们掌握从哪些角度分析客户满意，为进行客户满意度调查奠定基础。</p> <p>教学预期效果达成：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 学生理解了客户满意的形成过程和的影响因素</li> <li>2. 学生了解客户满意度的经典模型</li> </ol>
------	--

课后拓展

教学环节	活动		设计意图
	教师	学生	
任务拓展	收集更多企业客户满意度调查及分析的案例上传教学平台	通过网络教学平台完成课后作业及测试 对感兴趣的问题做进一步讨论	了解更多提升客户体验的方法 培养学生善于思考、勇于创新的思维习惯

<p>教学评价</p> <p>特点：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 学生自主学习理论知识，并进行梳理，教师重点强化重点难点</li> <li>2. 本教学设计基于翻转课堂理念，充分借助各种可行的信息化手段，以学生为主体完成理论与实践一体化教学任务。</li> </ol> <p>不足：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 本节内容理论性较强，学生的理解与掌握难度较大</li> </ol> <p>改进措施：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 提供更多的拓展资源，开阔学生眼界与思维</li> </ol>
---