

客戶關係管理之能力單元

1.名稱	量度和管理選定客戶羣的價值觀，設計激勵措施以挽留他們及使其對公司的潛在價值達致最大
2.編號	ITCSCR408A
3.應用範圍	本能力單元應用在所有的考慮和安排來量度和管理選定客戶羣的價值觀。此外亦包括設計激勵措施以挽留他們及使其對公司的潛在價值達致最大。
4.級別	4
5.學分	4
6.能力	<p>能力要求</p> <p>6.1 具備有關知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 充分理解必須恰當和準確地去量度不同組群客戶的價值觀，如果公司業務是要繼續昌盛和產品／服務要引入市場的話 ● 充分警覺為不同組群客戶設計各類激勵措施是主動的方式來挽留他們，及使其對公司的潛在價值達致最大 ● 理解公司對組織和檢討客戶資料的指引，以便在容許範圍內有效管理客戶的價值觀 ● 理解公司對尋找銷售線索的指引，以便可準確和獨立地執行量度客戶價值觀的工作 ● 抓緊客戶價值觀和客戶滿意度極其密切這個事實，故需要特別的技巧來量度／計算和量化 ● 理解客戶價值觀就是客戶對產品／服務所感受到的價值，是通過如效用，質量，好處和客戶滿意度等構建出來的，因此量度和管理客戶價值觀是頗為複雜的 ● 需察覺不同組群客戶間明顯有異的行為，如購物習慣，對資訊科技與通訊產品和服務的觀念，對度身訂造支持的要求等 <p>6.2 量度和管理選定客戶羣的價值觀，設計激勵措施以挽留他們及使其對公司的潛在價值達致最大</p> <p>能夠：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 有效將客戶分為喜好的和不忠的群組 ● 有效從不同源頭組織現有客戶戶口的資料和情報，以發掘在不同客戶組群的銷售前景，並使用資料開採工具，商業智能和客戶關係管理套裝軟件等 ● 將各式各樣的客戶情報載入數據庫／數據倉，以編制在不同群組的完整客戶概況 ● 基於上述收集的客戶資料和情報準確去量度／計算客戶對公司的觀感，實際的量度／計算應由專家或合資格外判商進行 ● 完成量度和比較在這方面的相對表現後，設計各類客戶激勵措施以便在不同群組客戶挽留現有和將潛在的價值觀最大化 ● 豐富這些客戶激勵措施的內容，如利用市場情報分辨客戶需要和配對產品的特色，基於消費行為規劃與不同群組客戶加深關係的方案 ● 與不同部門協調找出客戶的“喜好”（客戶的財務承諾）水平，忠誠，異心的風險等 <p>6.3 展示專業能力</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 經常確保所有參與員工在處理和調查客戶價值觀時都盡了最大努力和忠誠 ● 經常在不同群組客戶和公司整體利益之間維持恰當的平衡
7.評核指引	<p>此能力單元的綜合成效要求為：</p> <ol style="list-style-type: none"> 成功管理和準確量度不同群組客戶的價值觀 正確分析和使用那些關於客戶價值觀的資料

	iii. 為不同群組客戶規劃度身訂造方案以挽留他們及使其對公司的潛在價值達致最大
備註	