# 烟草公司客户经理培训学习小结（心得）

来源：网络 作者：风华正茂 更新时间：2024-10-16

*第一篇：烟草公司客户经理培训学习小结（心得）烟草公司客户经理培训学习小结（心得）树立现代营销观念努力创新服务营销――第二期客户经理培训学习心得短暂的６天客户经理培训，使我获益匪浅。这次培训，通过系统学习市场营销、客户关系管理等服务营销知识...*

**第一篇：烟草公司客户经理培训学习小结（心得）**

烟草公司客户经理培训学习小结（心得）

树立现代营销观念努力创新服务营销

――第二期客户经理培训学习心得

短暂的６天客户经理培训，使我获益匪浅。这次培训，通过系统学习市场营销、客户关系管理等服务营销知识，使我原有的工作思维有了很大的转变，知识视野进一步宽阔，业务理论得到了夯实。下面，就本期学习体会

向老师和学员们做以汇报：

一、创新了卷烟营销知识体系，切实转变了自身思维观念

以往，我认为卷烟营销就是把烟卖出去就行，没有对营销整体概念科学的把握。通过培训，老师为我们讲解了什么是数据库营销，什么是整合营销，这为我提了个醒，过去我们客户经理为商户建立了经营台帐，也就是定期查询商户的卷烟进货量，以便进行对比，用课堂上话，讲就是数据库营销，通过这些我们能够对辖区商户销售水平做到心中有数，特别是结合其销售特点进行密切的、持续的宣传活动，与客户保持经常性联系，了解客户的想法，及时地根据客户的需求，制定卷烟销售的计划，并为每个客户量身订做好经营方案，通过搜集和积累商户的大量信息，为客户提供更有价值的服务。

６天的培训，使我们清楚的了解到市场营销的相关问题，更清楚了如何做市场营销，怎么去营销。特别是更加清楚的了解了前三年、目前和过去三年我们卷烟商业企业的发展方向，也为我今后的工作内容做出了进一步要求。

二、对\*\*\*行业的现状，以后的发展有了一个系统的认识

在\*\*\*工作将近三年的时间里，虽然对\*\*\*的现状和发展有了一定的认识，但都是狭隘和浅薄的，从来没有系统地学习和整理过。通过理论学习也给我的工作指明了方向，使自己明确了日后\*\*\*企业发展的方向，更了解到客户经理的重要性，客户经理是与商户连接的桥梁与纽带，更是公司利益的直接创造者，明确了重要性也使自己树立一种强烈的责任感，在今后的生活中我会将学到的东西全部应用到工作中，使自己所学为公司日后的发展打好基础。

这次系统培训，使我明白了公司为什么要求我们转变思想观念？为什么要改革现有的经营管理模式？公司未来的发展目标是什么？将来我们会采取那些营销战略等等？这些问题在我头脑中打下了深刻的烙印，明确了自己以后工作需要改进和加强的重点，对于今后开展具体工作有了方向性的轮廓，对于提升自身素质有了根本性的规划。

三、对客户经理的地位、作用有了一个新的认识

从表面上看，客户经理的工作就是下去拜访商户，拿订单，搞好卷烟售后服务。但实际上，它有着更深层次的内涵。“客户经理”代表的是\*\*\*公司，客户经理表现出来的形象就是\*\*\*公司的形象，客户经理表现出来的素质就是\*\*\*公司的素质，也是零售户是否主动积极与\*\*\*公司合作、共同缔造规范化卷烟市场的一个重要因素，是影响卷烟价值链上不可缺少的一个环。我认为：客户经理是公司销售策略的执行者；是客户服务团队的组织协调者；是零售户利益的代言人；是提升客户满意度工作的直接责任人;是市场营销活动的组织者和推动者。好范文版权所有

四、对客户经理应具备的素质有了清晰的认识

通过培训，我进一步了解了客户经理需要具备的基本素质，归纳起来，我认为主要有以下几点：

1、沟通、组织协调能力。客户经理要当好销售服务团队的组织核心，组织协调好自己片区内电访员、配送员及专卖管理员各个环节的衔接，定期与“三员”召开座谈会、碰头会，做好各部门之间的意见反馈，充分调动销售服务团队中每位人员的积极性，发挥各自优势，达到市场信息资源的最大化共享。

2、市场信息的收集和分析能力。在瞬息万变的市场形势中，客户经理要提高市场信息的收集能力，要有捕捉市场信息的敏锐性，正确把握住市场信息的特点和收集信息的规律。收集市场信息时要坚持“五性”原则，即真实性、相关性、时效性、价值性、全面性。客户经理对收集的各类市场信息要认真进行筛选，再结合零售户卷烟销售报表定期进行市场分析，对零售户的销售数量、销售金额、产品结构比例等指标定期进行纵向和横向比较。在分析研究的基础上，积极向上级提出具有参考价值的意见、办法，为上级决策提供依据。

3、学习和创新能力。客户经理应树立学习意识，不断提高自身综合素质，除掌握扎实的业务知识外，还应加强对\*\*\*专卖法律法规的学习，增强法律意识，提高对真假烟的辨别能力；业余时间可以通过多种学习途径，来扩大自己的知识面，丰富知识量，用知识武装自身头脑，用知识提高自身业务技能。在激烈的市场竞争中，客户经理面对的是需求各异的零售户，这就需要客户经理有一定的创新意识，勤于思考，善于探索，不断提高自己的创新能力，根据营销环境的变化，不断更新营销观念，用新观念去指导经营，为零售户提供更优质的服务。

4、磨炼自身个性的能力。客户经理是客户的经理，\*\*\*公司的客户服务工作主要由客户经理来承担、完成，是联系公司与零售

户的桥梁和纽带。要想成为一名合格的客户经理，就必须加强对自身个性的磨炼。客户经理要有一定的亲和力，工作要有信心，具备乐观的性格，不能为了小小的挫折或失败而手足无措；要讲诚信，不能自我吹嘘，不可自我夸耀，要讲求真实，言行一致；要有恒心，客户经理每天走访市场，要始终坚持“客户满意才是我们的最大追求”；对工作要有责任感和奉献精神，要尽自

己的最大努力把工作做到最好。

五、加深了对服务营销的深层次认识

在以往的工作中，简单的认为替商户窜窜烟，帮助商户存存钱、写写订单这就是服务，没有过多的考虑一些方法和策略，千篇一律。通过培训，才明白了服务营销的更多内涵。按客户经理的工作内容，我认为服务应做到以下几项：

1、卷烟陈列整齐美观。卷烟上柜品种比较多，在固定陈列空间里，要使卷烟产品取得尽可能大的销量和广告效果，客户经理就要用自己认真负责的态度、诚实可信的热情和零售户共同维护管理好卷烟商品陈列，达到上量增效的目的。因为产品只有放在零售终端柜台里才能获得更多的销售机会，所谓“货卖堆山”就是这个道理，牌号上柜率上去了，才能保证卷烟销量持续稳定增长。

2、宣传促销形式多样。一是宣传\*\*\*行业的方针、政策及法规。二是宣传名优卷烟和企业重点培育的卷烟品牌。具体工作包括协助烟厂在零售户店铺内放置宣传工具，并尽量和货架上的卷烟陈列相呼应，以达到预期的展示效果；用于阶段性促销的宣传工具在促销活动结束后必须及时换掉，以免误导消费者，引起不必要的纠纷；宣传促销要保持整洁、协调、美观，注意维护企业形象。

3、进货渠道规范有序。由于受利益的驱动，部分零售户可能会从非法渠道进货、区域外之间串货、甚至假、冒、伪、劣问题的出现，这不但危及\*\*\*企业和消费者的利益，而且直接削弱了\*\*\*专卖对市场的控制能力，因此必须规范零售户的进货渠道。对于没有从\*\*\*公司进货的零售户，要向他们言明利害，使他们充分认识到从非正规渠道流入的卷烟是非法的，会使他们遭受经济损失。从而规范其经营行为。

4、信息收集反馈及时。开展市场调查，搜集市场信息，做好市场分析，监督三员服务质量，及时反馈信息；积极引导社会消费，宣传引导、分析区域消费群体情况，指导客户购进有针对性的品种牌号，积极主动引导社会消费；努力当好客户参谋，按照日程表对零售客户进行定期拜访和分类服务；帮助客户提高辨别真假卷烟的能力，及时帮助客户解决困难；为客户提供销售技巧、服务技巧、推销策略等指导，推广客户销售经验，帮助指导销售滞销烟；提供合理的周转量，建立合理库存，帮助零售户合理运用资金和获取最大效益。

5、客户关系良好稳定。与零售户建立和保持良好的经营伙伴关系，是客户经理顺利完成各项终端工作的基本保证。因此在与零售户进行交流和沟通时，要妙运用圆润的语言、热情的态度、真诚的行动与他们建立和维系良好的经营伙伴关系，只有这样才能有助于卷烟的正常销售，同时可以在客户心目中保持一种良好的企业产品、个人形象。

以上就是我在这次培训中的主要理论收获，在以后的工作当中，我将把自己在培训班学到的理论知识，切实融入到具体实际工作当中，奋发进取、开拓创新，努力促使自己的本职工作出现新局面，为\*\*\*公司卷烟经济持续快速健康协调发展贡献自己的一份力量。

最后，我要告诉大家的是：“只要你努力去做了，没人会拒绝你的服务”。

**第二篇：烟草客户经理培训心得**

烟草客户经理培训心得

烟草客户经理培训心得2024-02-16 10::08

首先，感谢公司领导给我这次宝贵的机会到××烟草培训中心学习。七天的时间虽然很短暂，却使我受益匪浅，既通过营销理论知识的学习充实了头脑，又通过实践走访为以后开展工作打下基础。在学习中明确了“我是谁？我要干什么？如何干好？”的问题，强化了服务为本，竞争是魂的意识。客户经理制度是目前普遍采取的先进管理方法，我国作为世贸组织成员，卷烟市场的运行将与全球接轨，迎接市场挑战，已成为必然。面对国际间同行的竞争，我们已经越来越认识到占领市场、赢得并长期留住客户的重要性，努力提高客户满意度和忠诚度，已成为目前卷烟流通企业提升网

建层次和水平的一项核心工作。

通过这几天的学习并且随同××市烟草公司客户经理走访商户，对于自己目前工作中存在的不足有了较为深刻的认识，下面谈一下本人今后工作的一些建议和计划：

一、客户细分，进行个性化、差异化的服务。

将辖区客户按照一定标准（如：销量，销售金额，单条值，守法程度等）细分。可分为城Ａ、城、城、城或村、村、村、村从而将商户区分开来，制定合理的走访次数。目前，对于紧俏品牌我们搞的是平均主义，这造成了小户不消化，结构高的商户闹饥荒的现象。我认为紧俏烟可以明确规定Ａ、Ｂ、Ｃ、Ｄ类商户各给几条，从而调动广大商户的积极性，促动他们努力提升自己的级别。商户级别可以每季度评定一次。

二、尝试建立加盟连锁店

在和××市公司客户经理走访时，我看到他们走访的客户有一部分是加盟

连锁店，由烟草公司统一管理，烟厂出资制作柜台和陈列柜，加盟商户需要交纳一部分抵押金，如有违法行为将取消其加盟资格，并没收全部押金，用合同的方式制约他们。此举进一步提高了商户的忠诚度，又为其招揽顾客，从而达到双赢的目的。三、一整套完善的客户经理制度

俗话说没有规矩不成方圆，建立一整套完善的客户经理制度，努力提升销量指标完成率，单条价值提升率，名优烟增长率，主打品牌上柜率，营销实施到位率，目标客户维护率，客户质量转化率，客户投诉办结率，服务对象满意率，卷烟销售毛利率，这些指标可以解决客户经理工作的盲目性，用制度规范人，用制度约束人，从而最大限度地发挥客户经理的作用。

四、我们客户经理的市场分析能力

可用如下表格的形式做出周心得和月分析，算出准确的数据，这样可以帮助我们更有具体性和时效性地掌控市

场，为领导做出决策提供准确的第一手资料。

五、客户经理必要的权限，以便树立客户经理在商户心目中的威信。

如在企业主要业务和管理流程中，客户经理在销售预测、新客户的创建、客户信息维护、客户等级评定和变更具有主导权和知情权。在紧俏品种上客户经理支配一部分，以利于运作我们的主销品牌。

通过对××市公司的参观和实地走访，我认为客户经理的工作流程是：

一是晨会。

（一）了解库存情况，因为客户经理要走在电访员的前一天，所以预先知道库存情况是十分必要的。如若不然，客户问及时我们就不能给出明确的答复，由于客户经理与电访员的口径不一致造成不必要的矛盾。而目前我们还不能提前一天准确的知道库存情况。

（二）由领导布置当日的工作重点。

二是出访前准备。

（一）制定走访计划，预先充分估计可能出现的问题，以及应对措施。

（二）携带拜访记录本以及访销预订单。

三是实地拜访。询问产品经销情况，查看商户卷烟库存，进行营销指导，推荐重点品牌，并协助进行理货陈列，宣传烟草公司的新信息、新政策以及市场信息的收集，协助商户写好订单，帮助处理在权限之内可以解决的问题。

四是每日小结。每日拜访结束后，就一天的拜访情况做出总结并向领导反馈客户提出的意见，并及时给客户以明确的答复，不拖，不靠，体现我们的高效性。

五是查阅资料。进入系统查阅明日需拜访的客户资料，包括其经营情况，本周、本月业绩完成数据，为第二天走访做好准备。

总之，通过这次学习使我对自己有了清晰的认识，离真正的客户经理还相距甚远，做市场不能光靠吃苦耐劳，重要的是动脑筋，因为只有方法对了头，才能提高效率，我要在工作中思考，在

思考中进步！

**第三篇：烟草公司客户经理培训心得体会**

烟草公司客户经理培训心得体会

首先，感谢公司领导给我这次宝贵的机会到ｘｘｘ烟草培训中心学习。七天的时间虽然很短暂，却使我受益匪浅，既通过营销理论知识的学习充实了头脑，又通过实践走访为以后开展工作打下基础。在学习中明确了“我是谁？我要干什么？如何干好？”的问题，强化了服务为本，竞争是魂的意识。客户经理制度是目前普遍采取的先进管理方法，我国作为世贸组织成员，卷烟市场的运行将与全球接轨，迎接市场挑战，已成为必然。面对国际间同行的竞争，我们已经越来越认识到占领市场、赢得并长期留住客户的重要性，努力提高客户满意度和忠诚度，已成为目前卷烟流通企业提升网建层次和水平的一项核心工作。

通过这几天的学习并且随同ｘｘｘ市烟草公司客户经理走访商户，对于自己目前工作中存在的不足有了较为深刻的认识，下面谈一下本人今后工作的一些建议和计划：

一、客户细分，进行个性化、差异化的服务。

将辖区客户按照一定标准（如：销量，销售金额，单条值，守法程度等）细分。可分为城ａ、城b、城c、城d或村a、村b、村c、村d,从而将商户区分开来，制定合理的走访次数。目前，对于紧俏品牌我们搞的是平均主义，这造成了小户不消化，结构高的商户闹饥荒的现象。我认为紧俏烟可以明确规定ａ、ｂ、ｃ、ｄ类商户各给几条，从而调动广大商户的积极性，促动他们努力提升自己的级别。商户级别可以每季度评定一次。

二、尝试建立加盟连锁店

在和ｘｘｘ市公司客户经理走访时，我看到他们走访的客户有一部分是加盟连锁店，由烟草公司统一管理，烟厂出资制作柜台和陈列柜，加盟商户需要交纳一部分抵押金，如有违法行为将取消其加盟资格，并没收全部押金，用合同的方式制约他们。此举进一步提高了商户的忠诚度，又为其招揽顾客，从而达到双赢的目的。

三、一整套完善的客户经理制度

俗话说没有规矩不成方圆，建立一整套完善的客户经理制度，努力提升销量指标完成率，单条价值提升率，名优烟增长率，主打品牌上柜率，营销实施到位率，目标客户维护率，客户质量转化率，客户投诉办结率，服务对象满意率，卷烟销售毛利率，这些指标可以解决客户经理工作的盲目性，用制度规范人，用制度约束人，从而最大限度地发挥客户经理的作用。

四、我们客户经理的市场分析能力

可用如下表格的形式做出周心得和月分析，算出准确的数据，这样可以帮助我们更有具体性和时效性地掌控市场，为领导做出决策提供准确的第一手资料。

五、客户经理必要的权限，以便树立客户经理在商户心目中的威信。如在企业主要业务和管理流程中，客户经理在销售预测、新客户的创建、客户信息维护、客户等级评定和变更具有主导权和知情权。在紧俏品种上客户经理支配一部分，以利于运作我们的主销品牌。

通过对ｘｘｘ市公司的参观和实地走访，我认为客户经理的工作流程是：一是晨会。

（一）了解库存情况，因为客户经理要走在电访员的前一天，所以预先知道库存情况是十分必要的。如若不然，客户问及时我们就不能给出明确的答复，由于客户经理与电访员的口径不一致造成不必要的矛盾。而目前我们还不能提前一天准确的知道库存情况。

（二）由领导布置当日的工作重点。

二是出访前准备。

（一）制定走访计划，预先充分估计可能出现的问题，以及应对措施。

（二）携带拜访记录本以及访销预订单。篇二：烟草客户经理培训的心得体会

烟草客户经理培训的心得体会

首先，感谢公司领导给我这次宝贵的机会到烟草培训中心学习。七天的时间虽然很短暂，却使我受益匪浅，既通过营销理论知识的学习充实了头脑，又通过实践走访为以后开展工作打下基础。在学习中明确了“我是谁？我要干什么？如何干好？”的问题，强化了服务为本，竞争是魂的意识。客户经理培训制度是目前普遍采取的先进管理方法，我国作为世贸组织成员，卷烟市场的运行将与全球接轨，迎接市场挑战，已成为必然。面对国际间同行的竞争，我们已经越来越认识到占领市场、赢得并长期留住客户的重要性，努力提高客户满意度和忠诚度，已成为目前卷烟流通企业提升网建层次和水平的一项核心工作。

通过这几天的学习并且随同市烟草公司客户经理培训走访商户，对于自己目前工作中存在的不足有了较为深刻的认识，下面谈一下本人今后工作的一些建议和计划：

一、客户细分，进行个性化、差异化的服务。

将辖区客户按照一定标准（如：销量，销售金额，单条值，守法程度等）细分。可分为城ａ、城b、城c、城d或村a、村b、村c、村d，从而将商户区分开来，制定合理的走访次数。目前，对于紧俏品牌我们搞的是平均主义，这造成了小户不消化，结构高的商户闹饥荒的现象。我认为紧俏烟可以明确规定ａ、ｂ、ｃ、ｄ类商户各给几条，从而调动广大商户的积极性，促动他们努力提升自己的级别。商户级别可以每季度评定一次。

二、尝试建立加盟连锁店

在和市公司客户经理培训走访时，我看到他们走访的客户有一部分是加盟连锁店，由烟草公司统一管理，烟厂出资制作柜台和陈列柜，加盟商户需要交纳一部分抵押金，如有违法行为将取消其加盟资格，并没收全部押金，用合同的方式制约他们。此举进一步提高了商户的忠诚度，又为其招揽顾客，从而达到双赢的目的。

周景慧（某全球500强公司培训总监、中国职场思维导图研究会钻石专家）

某全球500强公司培训总监，国内一流的思维导图专家，从事企业培训教学与研究16年。45岁。

现为北京天下伐谋管理咨询公司高级合伙人，钻石职场思维导图专家。

先后15年在全球500强公司任中高级管理人员，有多年大型企业中高层管理工作经历及培训工作经历，积累了丰富的企业管理和教学经验。毕生致力于思维导图与系统思考等思维训练课程的培训与研发。

三、一整套完善的客户经理培训制度

俗话说没有规矩不成方圆，建立一整套完善的客户经理培训制度，努力提升销量指标完成率，单条价值提升率，名优烟增长率，主打品牌上柜率，营销实施到位率，目标客户维护率，客户质量转化率，客户投诉办结率，服务对象满意率，卷烟销售毛利率，这些指标可以解决客户经理培训工作的盲目性，用制度规范人，用制度约束人，从而最大限度地发挥客户经理培训的作用。

四、我们客户经理培训的市场分析能力

可用如下表格的形式做出周心得和月分析，算出准确的数据，这样可以帮助我们更有具体性和时效性地掌控市场，为领导做出决策提供准确的第一手资料。

五、客户经理培训必要的权限，以便树立客户经理在商户心目中的威信。

如在企业主要业务和管理流程中，客户经理培训在销售预测、新客户的创建、客户信息维护、客户等级评定和变更具有主导权和知情权。在紧俏品种上客户经理培训支配一部分，以利于运作我们的主销品牌。

通过对市公司的参观和实地走访，我认为客户经理的工作流程是：

一是晨会。

（一）了解库存情况，因为客户经理培训要走在电访员的前一天，所以预先知道库存情况是十分必要的。如若不然，客户问及时我们就不能给出明确的答复，由于客户经理培训thldl.org.cn与电访员的口径不一致造成不必要的矛盾。而目前我们还不能提前一天准确的知道库存情况。

（二）由领导布置当日的工作重点。

二是出访前准备

（一）制定走访计划，预先充分估计可能出现的问题，以及应对措施。

（二）携带拜访记录本以及访销预订单。

三是实地拜访

四是每日小结

每日拜访结束后，就一天的拜访情况做出总结并向领导反馈客户提出的意见，并及时给客户以明确的答复，不拖，不靠，体现我们的高效性。

五是查阅资料

进入系统查阅明日需拜访的客户资料，包括其经营情况，本周、本月业绩完成数据，为第二天走访做好准备。

总之，通过这次学习使我对自己有了清晰的认识，离真正的客户经理培训还相距甚远，做市场不能光靠吃苦耐劳，重要的是动脑筋，因为只有方法对了头，才能提高效率，我要在工作中思考，在思考中进步。篇三：客户经理培训心得体会

客户经理培训心得体会

客户经理培训心得体会一：客户经理培训心得体会

本人近期参加了客户经理培训，现在谈一下自已的心得体会。工作一年多来，算是接触过了形形色色的各种零售客户，其中有些长者是原先读过些书、退了休的乡村老干部，虽然有时候他们的知识已经有些跟不上这个时代，但是他们的社会阅历异常丰厚，跟这样的老者交流起来，氛围如沐春风。他们的性格儒雅刚劲，对于卷烟的供应以及销售也有着自己独到的见解，很多方面很值得我们这样的后辈学习。细细想来，也许××××作为南宗孔氏胜地，儒家的思想一代一代多少熏陶了这里的人民。众所周知，源远流长的儒家思想对中国，对东亚乃至对世界的影响都非常深刻，其核心伦理观：“仁、义、礼、智、信、恕、忠、孝、悌”也依然是中国现当代主流思想基础。就像一坛上好的佳酿，历久弥香，耐人寻味。

那么，我想到作为一名烟草人、一名客户经理，儒家思想的学习可以提升自我的修养，如果一名客户经理在具备专业知识的同时又有儒家核心伦理观思想作为根基，对于提高服务客户的质量也一定有莫大的帮助，这两者又可相辅相成，岂不妙哉。

义：是儒家思想中很重要的一个方面，主要强调人做事要讲究一个合理性，在思想体系上，儒家思想并不排斥人对自身利益的追逐，但强调自身利益要以“义”为前提。比如时下国内乳制品行业对乳制品中掺进三聚氢氨，饲料中掺进三聚氢氨等事件就是营销不道德，不符合义的思想，此为见利忘义。其实现代社会的发展越来越注重民生、民权，所有的团体都要在义的基础上来实现利，否则，利必不能长久，反受其害。我们的“义”其中一方面就是我们的烟草行业的“国家利益至上，消费者利益至上”的行业共同价值观，面对零售客户做到真情、沟通、增值，面向社会公众做到担责、有为、感恩。

礼：是指人的行为伦理，表现在现在是人们普遍认可的社会法律规范和人们普遍信仰的道德规范。不同的地域有不同的消费文化、宗教信仰和商业氛围。表现在我们客户经理的工作上就是应该网遵循这些信仰、消费文化和商业氛围，而不是对所有的零售客户都是千篇一律的工作方式，更不应该为了暂时的效益和成绩而违背了广大消费者以及零售客户普遍认可的行为伦理，这样必将被公众所否定，受损的只会是我们客户经理自身 的工作，甚至危害到烟草行业。

智：在儒家思想上表示了解、知道、智慧，是指人的行为规范知识。表现在现代营销学上是指人的聪明才智和熟练的专业技能。以零售客户拜访工作流程为例，从查看拜访计划，收集可供信息的拜访前准备，到实地拜访，再到每日总结和工作例会。整个流程都处处体现“智”的光环。应该说“智”发挥的好往往对工作能起到事半功倍的效果，与零售客户难以避免的供需矛盾，很多时候是可以通过智慧来解决的。

信：指待人处事诚实无欺，言行一致。一个企业，从领导到普通员工都要遵循：“言必行，行必果”的原则，特别是我们客户经理，对零售客户承诺的事情一定要办到，否则，不要轻易承诺。一旦所承诺的事情没有做到，受损只会是我们自身的信誉，进而危害到我们烟草公司的信誉。

>客户经理培训心得体会二：客户经理模版培训心得>>（1388字）

由于大客户市场竞争压力加大，而大客户是公司收入和利润的主要来源，所以保留、拓展大客户，让客户经理为其提供满意的产品或服务，即深入细致分析客户信息，推出差异化的产品或服务显得至关重要。通过此次客户经理模板培训，我在大客户服务方面总结了以下四方面的内容：

一、树立以服务为主题的观念

服务是一个全方位的整体概念，技术再好，功能再多，对用户来说都是没有用的，客户需要的是能够满足其生产和生活需要的解决方案。对于有一定科技含量的产品，用户更多关注的是产品的品牌、质量及服务。用户愿意多花10%的价钱来购买服务好的同质产品。对公司而言，高水准服务不仅能使用户真正受益，也能为公司赢得更好的口碑、更大的市场份额和更多的经济效益。而高水准的服务首先需要客户经理自身摆正位置，建立“关怀客户”的意识，和客户先成为朋友，再成为利益的双赢者。

二、从多个角度分析客户行为，寻找出其真正的驱动因素

使客户满意的关键是理解哪些东西对他们来说是重要的，并且尽力满足他们的期望。然而在很多时候，客户并不知道他真正需要的是什么，或者说客户还没有意识到对他来说最重要的是什么。因此，“学会听懂客户的话”是集团客户营销一项重要的要求。例如：客户经常会抱怨“价格太高了”，客户在乎的真的是价格吗？其实很多情况下是在产品同质的情况下，客户没有感受到因为价格差异给他带来的增加价值，而客户又很难从产品功能等深层次、专业的角度去分析这些问题。于是客户就把他最容易感受到的价格作为一个抱怨点。事实上，大部分集团客户对价格的敏感度是比较低的。换句话说，如果解决方案真正能够解决问题，带来好处，那么客户能够承受一定的价格差异。

因此我们应该引导客户看到解决方案能够带来的附加价值，在业务拓展、效率提高等方面所能够做出的贡献，让客户认识到使用我们公司产品能带来的直接好处。如果根据客户的要求很快承诺降低产品价格，他们反而往往会疑窦重生。更严重的是，客户会认为我们赞同了他们最初对价格的观点。

三、按客户重要程度细分，列一张工作先后次序的表格，真正把握重要客户

集团客户需求千差万别，客户经理工作千头万绪。如何从纷繁芜杂的事情中把握有价值的大客户也是不可忽视的问题，从而保证高度的“性价比”，也不至于老觉得自己整天很忙却没得到什么回报。

重要紧急

重要不紧急

不重要紧急

不重要不紧急

从上表看，我们应该优先解决重要紧急的事情，其次是重要不紧急，再次是不重要紧急，最后是不重要不紧急，每天下班前把明天必须完成的6件事写在便签上，并据此排出先后顺序遵照完成。通过把握重要和紧急的区别，实现利益最大化。

四、客户需求研究，超出客户预期

客户满意度是一个相对的概念，是客户期望值与最终获得值之间的匹配程度。要超出客户的需求，需要仔细分析客户期望值，因为客户最终获得的满意度只需略高于期望值，就能获得客户的满意。客户的期望值与其付出的成本相关，付出的成本越高，期望值越高。在提高客户满意度的过程中，尽量避免要求客户付出额外成本，否则客户期望值会随之升高，达到客户满意也就更加不容易。该过程应是在充分考虑成本投入的同时，尽可能通过产品、服务附加价值的发掘来实现。客户参与程度越高，付出的努力越多，客户满意度越高。所谓越难得到的便会越珍惜。因此在产品推介过程中如果能够争取客户的参与，一方面对客户需求的把握能够更为清晰明确，另一方面客户由于付出了努力，其满意度会更高。

>客户经理培训心得体会三：烟草公司客户经理培训心得体会>>（3221字）

短暂的6天客户经理培训，使我获益匪浅。这次培训，通过系统学习市场营销、客户关系管理等服务营销知识，使我原有的工作思维有了很大的转变，知识视野进一步宽阔，业务理论得到了夯实。下面，就本期学习体会向老师和学员们做以汇报：

一、创新了卷烟营销知识体系，切实转变了自身思维观念

以往，我认为卷烟营销就是把烟卖出去就行，没有对营销整体概念科学的把握。通过培训，老师为我们讲解了什么是数据库营销，什么是整合营销，这为我提了个醒，过去我们客户经理为商户建立了经营台帐，也就是定期查询商户的卷烟进货量，以便进行对比，用课堂上话，讲就是数据库营销，通过这些我们能够对辖区商户销售水平做到心中有数，特别是结合其销售特点进行密切的、持续的宣传活动，与客户保持经常性联系，了解客户的想法，及时地根据客户的需求，制定卷烟销售的计划，并为每个客户量身订做好经营方案，通过搜集和积累商户的大量信息，为客户提供更有价值的服务。6天的培训，使我们清楚的了解到市场营销的相关问题，更清楚了如何做市场营销，怎么去营销。特别是更加清楚的了解了前三年、目前和过去三年我们卷烟商业企业的发展方向，也为我今后的工作内容做出了进一步要求。

二、对\*\*\*行业的现状，以后的发展有了一个系统的认识

在\*\*\*工作将近三年的时间里，虽然对\*\*\*的现状和发展有了一定的认识，但都是狭隘和浅薄的，从来没有系统地学习和整理过。通过理论学习也给我的工作指明了方向，使自己明确了日后\*\*\*企业发展的方向，更了解到客户经理的重要性，客户经理是与商户连接的桥梁与纽带，更是公司利益的直接创造者，明确了重要性也使自己树立一种强烈的责任感，在今后的生活中我会将学到的东西全部应用到工作中，使自己所学为公司日后的发展打好基础。

这次系统培训，使我明白了公司为什么要求我们转变思想观念?为什么要改革现有的经营管理模式?公司未来的发展目标是什么?将来我们会采取那些营销战略等等?这些问题在我头脑中打下了深刻的烙印，明确了自己以后工作需要改进和加强的重点，对于今后开展具体工作有了方向性的轮廓，对于提升自身素质有了根本性的规划。

三、对客户经理的地位、作用有了一个新的认识

从表面上看，客户经理的工作就是下去拜访商户，拿订单，搞好卷烟售后服务。但实际上，它有着更深层次的内涵。“客户经理”代表的是\*\*\*公司，客户经理表现出来的形象就是\*\*\*公司的形象，客户经理表现出来的素质就是\*\*\*公司的素质，也是零售户是否主动积极与\*\*\*公司合作、共同缔造规范化卷烟市场的一个重要因素，是影响卷烟价值链上不可缺少的一个环。我认为：客户经理是公司销售策略的执行者;是客户服务团队的组织协调者;是零售户利益的代言人;是提升客户满意度工作的直接责任人;是市场营销活动的组织者和推动者。

**第四篇：公司客户经理培训心得**

公司客户经理培训心得

公司客户经理培训心得

公司客户经理培训心得

为提高客户经理履岗能力，8月6日，省分行公司部为全省公司业务线条客户经理精心组织了第三批客户履岗能力培训班，我有幸参加了此次培训班，在三天既充实又丰富的培训中，无论从建行知识，还是工作热情，我都获得了很大的收益，因此，我感谢上级行为大家提供的学习机会。对于此次学习，我有以下心得： 第一、建设银行的业务是很广泛的，总、分行根据客户需求设计出很多相关金融产品，但我们在日常工作中有很多产品都未开展起来，还局限在传统业务上，那么我们该反思一下，究竟是客户不需

要，还是我们知识掌握得不熟练，没有替客户想到等等。总之，有很多的好产品，我们都需要认真学习，只有在深谙业务知识的同时，才能更好地开展客户营销工作，这就是维护好客户的纽带。就好象一栋建筑物，基础打得好，那么上层建筑就会越坚固，也越容易拔高，客户经理的业务知识好比建筑物的基础，底层基础越好、业务能力越完善，那么工作开展的“加速度”就会越快。第二、要做好风险防范就需要学习各项知识，此次培训我们学习和观看了很多案例，这些案例教育了我们要按章办事，其实建总、分行对很多业务制定了相关政策和规章制度，仔细阅读后就会发现总、分行对一些风险点早已做了规避控制，但由于不去学习这些条文，所以造成了风险产生。由此可知，我们工作之余还是应该抽大量时间来关注上级行的发文，不断积累知识，随时掌握当前的政策，从源头上就规避好风险。第三、经济是一个国家的重要基础，金

融作为经济的中心，我们金融工作者更需要把视野打开，关注国家大政方针政策、经济形势及国际金融领域各种信息，如果单单只把注意力放在每天琐碎的事务中，或只是替客户送单，那只能是闭门造车，所做出来的工作将远远脱离实际发展需求，甚至是背离发展方向。另外，了解宏观经济知识也有利于提高客户经理素质，给客户经理提供更多与客户交流的平台。第四、三天的学习时间是很短暂的，对于一个客户经理来说，要实现系统的学习，达到质的飞跃光依靠单位组织培训是不够的，更重要的是自己形成一个学习意识，理解不断学习的重要意义，这不仅是要做一名优秀客户经理所需要的意识，也是做人的更高要求，它适用于全社会各行各业。我们建设银行的战略愿景目标是这样说的：“把建设银行建设成为为客户提供最佳服务，为股东创造最大价值，为员工提供最好发展机会的国际一流商业银行。”这都需要以不断的

学习作为基础才能实现，才能不被时代抛弃。

**第五篇：公司客户经理培训心得**

公司客户经理培训心得

国际业务部崔海鸿

11月23日，即唐山分行公司客户经理培训班开课第二天一大早，建行哈尔滨培训中心唐山班的教室里，响起了热烈的掌声，是分行人力资源部和公司业务部的两位经理，专程到培训中心来看望各位学员并传达分行领导的殷切希望和惇惇嘱托，进一步动员各位学员要珍惜学习机会，确实提高业务技能和履岗能力，尽快进入岗位角色。我们深切的感受到分行领导对此次培训的重视程度。也领悟了我们为何而来：

一、本次培训的目的公司客户经理培训是我行业务发展的需要，截至目前，唐山分行全口径贷款426亿，其中对公贷款400亿，迅猛发展的业务需要一支强有力的客户经理队伍；此次培训是我行人才梯队建设的需要，本次参训人员大部分是新入行员工，具备高学历年轻化的特点，此次培训就是要锻练新人，继往开来，培养新生力量，夯实人力基础。

二、培训班筹备过程

培训班课前动员会上，带队经理向我们透露，本次参训人员的报名情况是分行领导亲自把关的。参训人员的素质和培训学习内容分行领导都很关注，此次培训分行非常重视。

三、培训中如何学习

本次培训安排紧张而充实。五天时间分别讲授了企业财务分析、借款人评价、项目评估和行业分析、信息采集和市场分析、投资估算及风险分析共五项内容。因为大家都知道本次培训的意义，所以听课都很认真，并和授课老师积极交流。虽然学习时间短，课业内容较多，授课速度很快，有些知识要待今后实践中逐步消化，但是通过本次培训，学员们基本了解了业务流程、丰富了实践经验、提高了履岗技能。课后特别安排的考试，会客观的反应出本次培训的效果。

四、学习后该如何工作

“学，然后知不足。”短短几天的培训，不会即刻弥补我们履岗能力的欠缺。今后的业务中我们必须不断地学习业务知识，才能保证我们更好的完成客户经理工作。建行业务是不断发展的，各项产品是不断更新的，不仅仅年轻人要积极学习，我们这些入行多年的员工，要想干好本职工作，同样要加强学习。

“创业守成，事在人为。”

“善建者不拔，善抱者不脱。”

只有坚守正道，才不会没有回报。

2024-11-28

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找