# 客户管理三步走--评价、追踪及维护

来源：网络 作者：心旷神怡 更新时间：2024-10-16

*第一篇：客户管理三步走--评价、追踪及维护客户管理三步曲第一步客户评价客户管理的核心内容分为三个阶段：1.客户信息收集2.客户评价划分3.客户追踪处理对于收集到的客户信息，我们可以从如下四个角度进行划分：第一，我们可以从客户是否已经和我们...*

**第一篇：客户管理三步走--评价、追踪及维护**

客户管理三步曲

第一步客户评价

客户管理的核心内容分为三个阶段：

1.客户信息收集

2.客户评价划分

3.客户追踪处理

对于收集到的客户信息，我们可以从如下四个角度进行划分：

第一，我们可以从客户是否已经和我们成交的状态把客户分为：已成交客户、正在谈判客户和潜在客户；

第二，我们可以从客户的重要性（一般用可成交额度或者业务潜在量来衡量）把客户划分为：重要客户和非重要客户；

第三，从需要处理客户信息的时间段上可以把客户分为：

①紧急客户（一般需要在一周内做出处理）

②缓急客户（一般指一周到1个月内需要对该客户作出处理）

③不紧急客户（1个月以上3个月以内必须处理的客户）

④可慢反应客户（3个月以后才可能发生关系的客户）

第四，我们还可以从客户的需求状况上把客户分为：目标客户（现在就有需求）、潜在客户（未来有需求）和死亡客户（不会有任何需求）

以上就是通常的四种划分方式，不同的划分有不同的管理方式。于是，综合以上四种客户划分方式，产生一种新的分法----客户等级划分。

客户等级划分总共将客户划分为A、B、C、D、E五个等级：

A级客户：有明显的业务需求，并且预计能够在一个月内成交；B级客户：有明显的业务需求，并且预计能够在三个月内成交；

C级客户：有明显的业务需求，并且预计能够在半年内成交；

D级客户：有潜在的业务需求的客户或者有明显需求但至少需要半年后才可能成交；E级客户：没有需求或者没有任何成交机会，也叫死亡客户。

第二步客户追踪

一、客户追踪的重要性

根据美国专业营销人员协会统计数据显示：

2%的销售是在第一次接洽后完成，3%的销售是在第一次跟踪后完成，5%的销售是在第二次跟踪后完成，10%的销售是在第三次跟踪后完成，80%的销售是在第4至11次跟踪后完成！

而现实是80%的销售人员在跟踪第一次之后就不再跟踪，只有20%的人可以跟踪到第4次以上。跟踪使客户记住我们，一旦客户采取行动，首先会想到我们。

二、如何进行客户跟踪

一般来说，所接到的业务订单都需要跟踪，每个客户都需要安排到人跟踪，特殊客户需要特殊用心服务跟踪。

如何进行客户跟踪？有三个步骤：

1.记录在案：把每一个客户有效的联系方式、公司信息、服务需求、跟进程度等记录在案；

2.制定策略：根据客户各方面的特征以及客户公司的具体情况，制定具体的沟通以及处理方式，重点突破；

3.及时总结：对于已经成交的客户进行经验总结，没有及时成交的客户要思考原因。

三、客户追踪志法

客户追踪志法是建立在以上客户等级划分法的基础上。建立客户追踪志，称为客户追踪志管理法。那到底建立什么样的客户追踪志呢？对于每个级别的客户又如何区分对待呢？我们现在先来介绍都有那些客户追踪志，客户的追踪志一般有以下几种：

①客户追踪日志：也就是需要每天将客户的信息重新跟踪处理，并刷新记录；

②客户追踪周志：就是每周内至少对客户的信息处理一次，并刷新记录；

③客户追踪半月志：也就是每15天对客户的信息处理一次，并刷新信息记录；

④客户追踪月志：也就是每30天需要至少对客户的信息处理一次，并刷新信息记录。⑤客户追踪年志：也就每一年需要至少对客户的信息处理一次，并刷新信息记录。有了客户追踪志以后，我们只需要对相应等级的客户用相应追踪志做管理，那我们的客户管理就游刃有余了。一般来说，对于A级客户我们需要用客户追踪日志，对B级客户我们使用客户追踪周志，对C级客户我们使用客户追踪半月志，对于D级的客户我们使用客户追踪月志，而对于D级的客户我们则使用客户追踪年志。而且每次客户追踪以后就对客户信息重新定格划分等级，并且用新的等级所对应的管理方法来处理。

四、客户跟踪技巧

技巧一：坚持主动联系客户

1.主动联系客户。要做好客户的跟踪，需要遵循的原则是“主动”联系客户，而不是“被动”的等待客户的召唤。只有积极主动的与客户沟通，询问客户是否收到了我们的产品资料，或者是否收到我们的邮件，对于我们的产品和技术、报价还有什么疑问或者需求，需要我们做什么工作?

这样做的好处非常明显，一方面表达出了我们的诚意和服务姿态，尊重和重视客户;另一方面也便于我们随时了解客户的真实需求，掌握商业合作的进度，做到有条不紊、未雨绸缪;同时，也避免了某些时候客户没有收到我们的产品资料或者邮件，从而造成信息不对称，客户也无从联系我们。现实社会中，客户很多时候是不能、或者没有及时收到我们的产品资料和邮件的，如果我们不能积极主动联系客户，那么客户更不会主动联系我们。

2、坚持与客户的沟通和联系。跟踪客户要全方位、多形式的跟踪客户，不管是电话、短信，还是QQ、微信、邮件等等，总之，要保证每个星期都与重要客户至少1次以上的沟通和联系，这样既能表示我们对客户的尊重和重视，又能很好的提醒客户“我们的存在”，客户一旦有真正的需求，首先就会想到我们，坚持做下去，就是胜利。

3、坚持每个周末给重点客户发短信息。在每个周末，更具体点是在每周五晚上，给所有重点客户，包括已经签单的客户，即将签单的客户，重点跟踪的客户，需长期跟踪的较重要的客户，逐一发送问候短信。其中，发短信息有以下要求：

短信息必须逐个发送。绝对不能大量地发给客户，否则还不如不发。

发送的短信息，严禁出现错别字，或者是明显的标点符合错误。

发送的短信息，最后署名“\*\*\*\*(公司)\*\*\*\*(员工姓名)”，以免一些客户不知道是谁给他发的信息。

发送的短信息，语气必须非常客气。开头是“\*\*(总经理等)，您好!”整个短信息通体看上去，就是非常客气、谦虚、低姿态的语言，让客户感受到我们的诚意和服务。

发送的短信息，言简意赅，可以适当说明公司产品和服务的优势，突出重点，意思表达到位。

发送的短信息，特别注明是“有任何需求和问题，请随时来电吩咐”;不要提具体的产品需求问题，这样会显得很势利，让客户在周末休息的日子感觉很不爽。

发送的短信息，可以重点强调公司的“产品、价格和服务”，突出表现出来，话说得多了，谎话也变成真理了，客户也会这么感觉的。

技巧二：坚持做好快速响应

每个企业都在强调执行力，执行力是很重要的，很多时候，执行力是体现在时间观念上的，简单的讲，做好快速响应，就是强化执行力。

如何做好快速响应?笔者认为主要包括以下四点：

1、给客户一个明确的时间。当客户提出需求时，在第一时间给予对方一个明确的时间。比如说：客户要求我们提供一个全面的解决方案和报价，仔细询问对方的具体需求，评估设计这个解决方案和报价大概需要多长时间，然后告诉客户，“我们会在\*\*\*\*时间内给您发送过去”。

2、当场不能明确时间的，必须在约定的时间内给予客户明确的反馈。

比如：客户要求我们完成某项你不熟悉的业务时，当场我们没有办法给予客户明确的时间答复。那么，明确告诉客户：“您提的这个问题，我需要咨询一下我们相关部门；我会在明天上午之前给您一个明确的答复”!这样的答复会让客户非常满意，同时也能最大限度赢得客户的理解和支持。当然，在结束通话之后，紧接着，就需要去咨询相关部门，了解解决问题大概需要的时间，然后在第二天上午(也就是约定的时间内)直接联系客户，给予客户一个明确的回复。

3、说到做到，真正做到“快速响应”。

给客户进行了承诺，那么接下来的工作，就是全力以赴完成我们的“承诺”，做到“说到做到”，给予客户最大的诚信度和信任!

4、主动与客户沟通，加强对客户的回访工作。对于我们的重点客户，尤其是已经签单的重点客户，我们必须学会加强对客户的回访工作，主动与客户沟通，提前了解和发现问题，从而在问题积累之前，将问题给解决，从而赢得客户更大的满意度。

第三步老客户维护

何谓老客户？

1、在我们手上成交过

2、和我们的关系非常好

3、有转介绍客户给我们

一个公司要想持续发展必须要有老客户，一个业务员要想持续保持保持高业绩，必须要有老客户。一个优秀的业务员做到最后就是做老客户，将来销售业的竞争必然是老客户的竞争。既然老客户如此重要，那要如何才能经营好老客户呢？

我们可以通过以下的一些法则来对老客户进行专项经营：

v1、从良好的售后服务开始。

v2、建立好顾客成交档案。

v3、把每一个成交的顾客当作宝藏来挖掘。

v4、对于老客户仍然要敢于要求。

v5、对老客户转介绍的资源一定要成交并表示感谢。

下面将对这五点进行详细讲解：

一、良好地售后服务

1、不要以为签完合同就完成了交易：由于某些公司不注重售后服务那块，造成了很多的人一和客户签完单下完定金，就不管事了！曾经一个客户说了一句很值得我们深思的话：“我一刷完卡，以后人就不见了”；这都是意识问题，其实签完合同才是服务的开始，现阶段的快速成交导致我们和顾客并不熟悉，所以和顾客并没有什么感情，要想让成交过的顾客成为你的老客户，就必须参与售后服务，这是与顾客多接触的机会，我们要把握；

2、积极主动协助顾客解决问题：在售后过程中会遇到各种问题，我们要很主动的帮助顾客，而不是选择逃避；有很多经纪人一接到顾客的电话就怕，或者有的干脆不接。要想想这是对顾客最大的伤害。顾客有问题来找你，是完全信任你，找不到你，你想想他们有多急，他们对我们将是多反的失望。所以我们应该喜欢顾客找我们，因为这些都是机会，特别是处理纠纷，每次处理纠纷都可以创造老客户！协助后期经办做好售后服务；

3、保持不断联络，让他记住你，并成为朋友（兴趣、节假日、顾客的生日、上门拜访、邀请参加公司的各种活动、送公司的各种刊物），这些都是非常好的方式，当然也有很多特别的方式，我们只有一个目的：让客户永远记住我们，在他们需要房产方面的帮助时，第一个想到的就是我们！最高境界就是：让顾客习惯我们的服务！

二、建立好顾客成交档案

建立顾客档案，对我们进行老顾客的跟进非常有用！我们每天都在接触不同的客户，难免会忘掉一些客户；只有做好了档案，才有案可寻，才不会失去很多机会

1、客户档案内容：客户的姓名、性别、爱好、性格、年龄、生日、家庭情况、职业、收入情况、联系电话、单位。

2、成交档案内容：活动时间、活动地点、活动内容、所需服务、成交价格，把这些资料建立好后，定期跟踪，一定很好用，而且一定非常有效。

三、每一位老顾客都是一座宝藏

老顾客非常重要，可让我们持续发展！接下来分析一下为什么？

1、专家统计成交一个老客户的难度是新客户的1/7，这是一个可怕的数字，想想我们在搞定一个新客户的时候，可以搞定7个老客户。老客户可以减少获取信赖的时间，他们可以当我们的销售人员！

2、每个客户后面都有250个客户！只要老客户将1%介绍给我们即可，如果你有10个老客户，那么你就有20个潜在顾客，这样你做业务就会轻松很多，而且可以创造比较高的业绩。

3、每个客户每年都会有固定的大客户和活动！即使这个顾客不转介绍其他客户给我们，他每年都将活动交由我们承办，成交数量也是很惊人的。

4、所有成功的业务员五年后成交的客户80%是老客户。10年之后100%成交的是老客户。拥有老客户，一生是财富！

四、对于老顾客仍然要敢于要求

我们很多人以为，老顾客就会很自觉，会很专业，其实不然！老顾客只是和我们有成交过的经验，但毕竟对这个行业还是不专业，因此需要我们给予专业帮助。

1、主动要求老客户转介绍，我们创造老顾客的目的就是为了转介绍，所以我们要主动一些！每次和顾客接触时，都要主动询问并提醒顾客给我们转介绍，甚至可以多给一些名片给顾客，让他们成为我们的销售人员。而且帮助别人是人的天性，我们要满足顾客这个天性。

2、仍然要帮助老客户做果断的决定，前面我们也说过顾客永远需要我们给信心，所以无论他是多老的顾客，我们都要帮助他们做果断的决定。

五、对老顾客要经常表示感谢

珍惜才会拥有，感恩才能长久！是这样子的，我们对老顾客的要经常表示感谢，他们才会乐意持续的给我们转介绍！但有几点我们还是要注意一下：

1、老客户转介绍的资源一定要成交，这一点至关重要！首先我们要非常重视这些资源，把这些资源做为我们的A级资源并尽快把他们成交掉；这样对于老顾客的维系是很关键，增加了老顾客的信心，也让顾客助人为乐的天性得到满足！这样老顾客才会继续转介绍，转介绍的顾客又会变成老顾客，无穷尽也！

2、对于老客户的转介绍一定要及时表示感谢，无论成交与否，都要向顾客表示万分的感谢。当然最好的感谢就是把他介绍的顾客成交

3、要不断的提醒他当初的决定是正确的。利用每一次的机会提醒顾客，当初他所做的决定是非常正确，非常英明的。这样可以让顾客永远记住你，并会主动的帮助你，主动的成为你的销售人员。

**第二篇：追踪客户满意度**

追踪客户满意度

对于许多公司...客户满意度，既是一个目标，并是公司成功的主要因素。跟踪测量工具从原始客户满意范围到复杂。

公司利用以下方法多少来衡量客户满意，他们正在建立以客户为中心的组织很容易让客户提出建议或投诉。食肆及酒店提供形式的客人可以在走廊核对他们的喜好和不喜欢.有很多地方意见箱，供应令人兴奋的病人意见卡，并利用患者的倡导者征求不满。有些客户为中心的公司，如宝洁，通用兼收并蓄，惠而浦，成立了800电话客户服务热线，以方便客户咨询，建议或投诉。这种系统不仅帮助企业更迅速地采取行动解决问题，他们也提供了更好的产品和服务的许多好点子公司。————————郑琰组仅仅是投诉和建议的机制，并不能使人对公司有一个全面的认识，研究表明每卖出4个产品中就有一个客户部满意，但是却只有不到百分之5的人会去投诉。因此，公司在不知情的情况下流失了客户。4 公司通过产品调查表计算出客户满意度，他们以调查表或电话访问的形式来简单的得知公司近期的表现，他们也调查竞争对手的表现，在一个很大涡流规模中概观客户满意度，当时在决定后开始行动。————————徐进组当顾客说的时候，惠普公司就会认真听取。公司每年给180，000个家庭邮寄一份标准电器测量的满意度调查。当竞争者的产品技术水平更高的话，惠普设计师会拆开它来看看为什么。设计师在磁带记录使用者的反应的期间公司会在软件可用性实验室支付上百个顾客来修改电脑伪造产品。6 一个公司可以通过多种方式测试顾客满意度。它可以通过问直接测量满意度：“你是如何对这个产品信服的？你是高度地不满意，有点不满意，既不是满意也不是不满意，有点满意，高度地满意？”或者它可以问问回答者来评估他们对某一特性有多少期待以及他们实际感受是多少。最后，公司可以问回答者来列举他们与提供者之间的问题以及建议改进方案。————————姚路组公司收集了顾客满意度的数据以后，他们经常会问顾客一些附加性的有用的问题。他们经常衡量顾客的再次购买意愿；如果顾客满意度高，顾客 的再次购买意愿通常也很高。通过惠普公司的CEO John Young，在调查中十个顾客中有九个高度满意并说他们一定或者很有可能再次购买惠普产品。公司也可能会询问顾客的喜好或意愿从而将公司和产品推荐给其他人。一个强有力的好口碑率能促成很强的顾客满意。8 另一种判定顾客满意度的有效方法是雇人以买者的身份出现来宣报他们购买公司和竞争对手产品的经历。这些‘ghost shopper’甚至会提出特别的问题来测试公司职员是否能很好的处理困难状况。例如，ghost shopper可以抱怨餐厅的食品来看看餐厅怎么处理这种抱怨。不仅公司应该雇佣ghost shopper，而且经理自己也应该时不时的离开他们的办公室并体验一下作为顾客所接受到的直接的待遇。————————尹欣组公司应该关注那些停止购买产品的客户，或者那些改变卖家的客户，从而知道为什么会发生这样的情况。当IBM 失去一个客户时，它会尽全心去研究是如何失去的：是价格太高，服务太差还是产品不合格？一个公司不仅需要研究这样的“进出式调查”，它而且也要监看客户的流失率，一个持续增长的客户流失率表明这家公司在客户满意度上是失败的。客户满意率有时也很难诠释。当客户因为一些公司表现出的细节而表示满意时：如说到发货，他们很难表达出是如何定义什么是好的发货的，可能是因为发货比预期早；按订单准时发货；或是一些其他的。然而，如果公司试图找出所有细节，那么客户将面临的是一张巨大无比的调查问卷。————————徐梦颖组 公司也必须认识到，两个客户可以报告是“非常满意”为不同的原因。人们可能很容易地满足了大部分时间。而其他可能很难取悦，但在这个场合感到高兴。此外，管理人员和销售人员可以操纵对顾客满意的评级。它们可以向客户就特别好，在调查之前或试图被排除在统计调查所包括不满意的客户。最后，如果客户知道，该公司将走出它的方法来取悦顾客，即使他们满意，一些客户可能表现表示高度不满，可能为了获得更多优惠。

————————荣旭东组

**第三篇：浅谈后进生三步走-后进生转化**

浅谈后进生三步走

转化后进生是每一位班主任都无法回避的问题。在一个班级里，后进生的存在是客观必然的。他们在一个班里虽然为数不多，但因经常犯错误或学习成绩差，令班主任伤透了脑筋，帮助后进生的转化，提高他们的品德修养和学习成绩是班主任工作的一项重要内容。

一、要分析后进生形成的原因

后进生形成的原因是多方面的，也不是一朝一夕形成的。他们有的是因为学习成绩不理想，而丧失了学习兴趣，破罐子破摔；有的是因为家庭原因而影响了学习；有的是因为长期以来缺乏正确的引导，养成了许多不良的习惯……

分析后进生形成的原因，是帮助后进生转化的第一步，而且是十分重要的一步。班主任要通过多方面去了解后进生，如：采用家访、座谈、和其他老师及家长共同配合等多种方式摸清后进生形成的原因，建立个人分析档案，在以后的教学中根据不同的情况对症下药，实施个别教育。

二、发现闪光点，坚定其信心

“天生我才必有用”，任何事物都可以一分为二，即使是废铁，也有可熔成钢的成分；即使是木屑，也可燃烧起熊熊的烈火。后进生也不例外，他们也有闪光点，如：有的虽然学习成绩差，但体育特别好，跑得快；有的十分热爱劳动；有的具有很强的组织能力；有的在艺术方面比别人强等等。班主任要善于发现后进生的长处，并充分利用这一点长处为中心辐射四周，带动其他方面的提高，用一点带动多点，用一方面的优秀，坚定其信心，然后去鼓励、去扶平其受伤的伤口。

三、合理运用鼓励和表扬是开启后进生心灵的钥匙

心理学表明：适当德鼓励和表扬更能促进学生学习德动力。表扬就是肯定，多次肯定必然会使一个人坚定信心，确立自我，并激发起信心和创造的欲望与热情。学生对于老师的每一个评价，每一个暗示，甚至每一个动作都十分在意。后进生同样也十分在意教师对自己的评价，他们甚至比其他同学更教师的一言一行。

这就需要班主任要创造机会给予后进生发挥的空间，组织一些有利于发挥后进生长处的活动，或分给他们一些能够顺利完成的任务。如课上多提问一些难度适宜的问题，让他们回答；卫生扫除时，让他们去组织、去干。一旦发现他们有进步或做得非常好时，及时地发表意见，对其进行鼓励和表扬，甚至要面向全体同学进行，坚定他们的信心，使他们觉得自己并不比别人差，在某一方面还比别人强。

班主任要地运用赞许语言，要学会表扬，善于表扬，多加表扬。如在辅导学生时，要多用“我相信，你能行”、“勇敢些，试一试”、之类的语言，去激励学生勇敢地去做。当完成时，要说“做得好，继续努力”之类的语言，让学生明白自己经过努力一定能够取得成功。

总之，后进生的转化工作，是一项十分艰巨、细致、长久的工作，需要班主任机智灵活地运用多种方法，去关爱每一位后进生。

**第四篇：大学生创业三步走**

大学生是祖国的未来，民族的希望，要把握住这大好机遇，在激烈的竞争中立于不败之地，力争把祖国建设的更加繁荣富强。为此，我们更应该为自己做好职业规划。要从自身的实际出发，找出想做的而又能做的，分析自己的实力、价值和需要，然后考虑可行性，这就是职业规。对现在“不包分配”的大学生来说，应该从一开始就要有所准备。职业规划强调的是对自己以后的职业生涯进行思考规划。它无疑为迷茫中的大学生又多了一个方向标。

一个大学生在毕业走出学校走入社会时，首先就会遇到两个基本问题：一是你的工作能力和融入社会的能力，二是社会对你的接纳程度。毕竟刚刚毕业走入社会的大学生，仅凭毕业时掌握的知识是远远不符合一个创业者的条件的，所以就我个人观点，大学生毕业后应该先就业，再择业，后创业。

一、先就业

对于一个大学生来说，本身能具备良好专业素质和较明确的生活目标。当我们走出大学校园的时候，我们胸怀抱负，我们渴望指点江山激扬文字。而先就业恰恰为我们提供了这样一个锻炼自我的平台。就大学生自身而言，自身的知识储备是够的。学校也为我们提供了很多的实习机会，但仅靠有限的实习机会是远远不够的。就职业而言，现代竞争日益激烈，仅凭走马观花似的了解又怎么能做出明智的创业项目选择？就社会而言，学校社会有着不同的规则，先就业可以让我们认识到自己可以适合做什么，对社会和所从事的行业有更深入地认知。而且先就业有利于提高我们运用知识的能力，有利于培养我们实践的能力，有利于发展我们社交的能力。通过各项能力的积累，给自身以明确的定位，以利于自我实现和提升自身的职业素养。、二、再择业

第一次就业，就是为了先融入社会，先理解社会、提升自我，再在适当的时候做出合适的选择。同样，我们也怀揣着自己的理想与抱负，经过磨砺和锻炼，为以后自己的创业之路做铺垫，在第一份工作中我们不断的自我成长，积累资本，我们终于有能力、有权利去选择最适合我们的工作、行业，但在职业选择的过程中，要有职业生涯的规划和职业理想的概念。所以我认为，认知社会是在培养我们的社交能力；认知行业，是在了解行业的发展趋势；认知自我，是知道社会到底需要我们具备什么样的能力。

三、最后创业

创业不仅仅是靠一个策划，创业之前应该理性再理性，创业需要具备有经验、人脉、点子、资金、团队等条件，先就业,有一份稳定的工作,积累足够的从业经验,再有能力,有信心去选择自己想要从事的工作，再在那里经过两三年的磨炼、学习，丰富社会知识，积累行业经验和人脉，并进行相应的财富积累，然后才去创业，这样日后创业才有成功的可能。只有具备雄厚的实力与丰富的实践经验，这样的创业者眼光才会更开阔，经营目标才会更明确，才能少走许多弯路。才能更好的实现自己的创业梦想

大学生在找工作之前做一个职业生涯规划，了解自己的职业理想、工作价值观、职业兴趣、职业性格、职业能力，根据这些方面情况再结合自己所学的专业和当前社会就业情况，制定一个中长期职业生涯发展线路图。我认为，创业的成功必须是基于雄厚的实力与丰富的实践经验之上的，所以大学生毕业后想要获得巨大的成功，就应该先就业，在择业，最后创业。与其一毕业就投入创业的行列中，还不如先找一份工作试试看，并根据自己的需要，适当适时的转换工作环境，在工作中不但可以积累一定的经验，还可以拥有一定的人脉关系，更重要的是能积累一定的资金，更好的为创业做好准备、打好基础。当就业机会来临时，当创业条件成熟时，果断出击，在激烈的竞争中开拓自己事业、实现自己的人生梦想。、

**第五篇：钢结构项目经理三步走**

钢结构项目经理三步走

?

经历过了5年的蛰伏与努力，终于您有机会管理一整个项目的施工了，还是钢结构，又是厂房，有没有小兴奋，有没有小激动，在兴奋和激动的同时，是不是还有些小不安，面对一整个钢结构厂房，该怎样管理好整个施工现场呢，不急，小编今天就为您排忧解难，从施工前准备、钢结构制作、安装过程方面三方面，为您归纳总结出钢结构厂房施工管理的要点及方法。

一、施工准备阶段管理控制要点（1）组建项目管理班子

★一定要根据工程项目的特点，选派有经验、技术能力强、责任心强、能协调配合的人员。

★选择班子成员要专业配套，要求具有良好的专业素质和服务意识。

★选择技术、经验、管理能力强的人员常驻现场。

★充分发挥各职能部门的作用，根据工程特点选择适合的施工组织形式。

（2）熟悉图纸、规范及设计要求

★管理人员一定要人人熟悉图纸、设计思路，掌握规范、图集，了解管理细则的要求。

★了解钢结构的使用功能要求和设计意图，做好专业“设计把关”，了解施工单位的项目运作体系和管理体系，督促其质量管理体系、技术管理体系、安全管理体系要落实到人，并检查其上岗证，对主要操作人员的岗位证书进行核查，对队伍素质要进行摸底调查，有针对性地提出管理要求，才能为工程顺利进行提供保障。

（3）准确掌握自己合作伙伴的信息

★加强对分包单位资质和钢结构加工制作工厂进行考察和审核。

★加强对钢结构制作厂的考察，主要考察厂里的设备能力、技术能力、工艺设计能力、工艺流程、工序检查、检验手段和条件、质量管理体系、焊接工艺评定和拼装条件等。

★对条件不足的单位要提出整改，并限期整改，请建设单位配合督促整改，整改到位后签署资质审核报告和开工令。

★要审查分包单位的质量保证体系和质量检查体系，检查自检设备及使用情况是否满足本工程的需求。

（4）仔细认真对待施组设计和施工方案

★仔细审查吊装方案，要按现场条件分析，给出重型起重设备的进出和作业位置，现场场地的硬化等。

★现场施工布置要合理。

★使用的机械设备、仪器、检查工具等，对不能满足本工程要求的要督促限期改正，该补充的技术措施要落实。

★对新技术、新材料、新工艺的使用要有工艺试验和鉴定意见。

二、施工阶段控制要点

（１）质保书、检验报告、复试报告要核定

★检查各类原材料的质保书和检验报告及现场取样复试报告，合格的才允许用于本工程；

★施工现场检查：高强螺栓的合格证、扭矩系数、紧固轴力、复试报告（扭矩系数和配合摩擦面的抗滑移试验）构件到场检查（主要查尺寸、编号、变形），施工中一定要按各榀梁柱配套进场。

（２）加工厂要进行工艺试验和评定

★制作厂要有此类中型钢结构生产工艺经验，否则要进行工艺试验和评定，分析设计要求，采用可靠的工艺制作样板，可行时照此进行批量生产。

★制作主要检查：下料板、钢板表面质量、焊接工艺（焊剂要有质保书、烘干记录、人员上岗证、焊缝高度、探伤检验）、摩擦面处理、构件尺寸检查、预拼装尺寸缝隙、漆膜厚度和涂装材料等。

（３）现场安装质量检查要点

★检查梁柱顶紧面，首先要求检查扭矩扳手（电动）的校验证明，以及摩擦面的平整度。

★检查高强螺栓的规范拧紧，要求每个节点都要查到，注意要采用对称拧紧、分段紧固的原则。

★检查顶紧面的缝隙，要求80%以上的面积紧贴。现场也要进行安装阶段的取样抗滑移试验和焊缝探伤试验。

（４）现场焊缝的控制要点

★设计上要尽量减少现场焊接，必要时也要加强焊缝质量控制，首先不能在雨雾天气进行，天晴后日照1小时以上才能开始作业，必要是用热吹风机吹干后进行，焊条要与工厂焊接一致，为同一批号，烘干后使用，厚钢板焊接最好在工厂开好坡口，一级焊缝要求在工厂进行，焊接完成后要求逐条焊缝进行探伤检查。

★墙面、屋面围护结构控制要点：首先检查檩条、彩板是否符合设计要求，注意厚度和材质、厂家以及表面涂层是否符合要求，检查全部材料的合格证，其次检查屋面板的咬合形式是否符合设计要求，然后在安装过程中重点检查各大面垂直度、平整度、板拼缝质量、包边、泛水形式和防水质量、表观质量。表面颜色以确定的样本为准。其他辅材按合同和设计要求控制厂家和技术参数。

（5）防火涂料、防腐涂层的控制

★重点要控制材料来源、检验报告和现场抽样试验粘接强度。

★监督施工涂层的厚度、遍数，耐火极限是保证使用功能的主要数据。

★现场要对各类构件分类抽查厚度，并配合消防部门的验收。

（6）施工过程协调

★做好工期协调、场地协调、材料保管和成品保护等工作，处理不好会影响工期、质量，导致费用增加，还特别容易造成安全事故。

★从合同、管理、组织、信息等多方面协调，最好是由业主指定总包单位统一现场协调。

（7）加强安全监督管理

★加强安全监督管理。

★落实安全责任制和安全管理体系的有效运作。

★控制安全风险。

三、施工收尾阶段控制要点 三个关键词：完善、验收、备案

★工程完工后要完善技术资料，分类整理成册，准备验收。

★组织各责任主体进行工程预验收，报监理进行资料验收检查、验收报告检查，质量评估报告以及施工技术、管理、质量保证资料的检查、移交。

★协助业主进行工程竣工验收和资料备案等。以上微信内容转自：建筑技术杂志社《剪力墙布置原则要点全攻略》 ↓↓↓↓↓↓这里哦！

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