

客戶關係管理

引言

客戶是企業的生命。由於經香港的貨櫃改經深圳其他港口，令香港貨櫃行業的競爭加劇，管理好客戶關係，是業內發展或生存的首要工作。中小型貨櫃車公司一般由車主直接負責客戶聯絡，憑著多年建立的互信、濃厚的感情、貼身的服務，中小型貨櫃車公司擁有與大型車隊或物流公司不同的生存空間。但更好地理解客戶關係管理，掌握其中基本的原則，除可更有系統地服務現時手上客戶，推廣現時優質的人性化服務外，更可提升服務質素及開拓市場。

客戶關係

客戶關係包括潛在客戶、長期客戶、主要客戶、遊離客戶（具體分類按各公司管理不同）與貨櫃車公司間活動組成。雖然關係是公司與客戶間的關係，但是組成部分主要是人與人間的關係，可以是董事長跟董事長間的關係，經理跟客戶聯絡人的關係，但此人與人間的關係會受制於公司資源、策略及經濟效益。

客戶關係的管理

關係的管理是指在追求最高經濟利益或配合公司營運目標下的資源（包括人力資源、貨櫃車、財政資源）運用及調配。

客戶關係管理

管理策略

以下是一些可供參考的策略：

客戶類型	活動	資源	可產生效益
潛在客戶	跟進現時客戶轉介新客戶	管理或營銷人員時間、交通費、應酬費	潛在客戶轉化為新客戶，交易帶來經濟效益，加深與推薦客戶的關係及公司的強項
	廣告推廣	廣告費、營銷人員時間、交通費	潛在客戶名單的聯絡，新客戶及交易帶來經濟效益
	參加社交活動	應酬費	潛在客戶名單
新客戶	完成首次交易後登門拜訪	管理或營銷人員時間、交通費	加強與客戶關係、公司操作質素回饋、客戶潛質及需求
	定時電話跟進	電話費（長途）、時間	加強與客戶關係、公司操作質素回饋、客戶潛質及需求