

揭阳职业技术学院



教案

课程： 职业与企业公共能力（客户关系管理）

任课教师： 何伟璇

专业： 商务英语

班级： 商务英语 231；商务英语 231（订单班）

学期授课计划时数： 36 课时

职业与企业公共能力（客户关系管理）教案

项目一：进行售前准备

一、教学目标

知识目标：

学生能够了解并掌握主流跨境电商平台的即时聊天工具使用方法，包括功能介绍、操作技巧及最佳实践。

学生能够掌握电子邮件的撰写技巧，包括邮件格式、内容组织、礼貌用语等。

学生能够了解并尝试使用其他辅助沟通工具（如社交媒体、视频通话等）提升沟通效率。

学生能够学习并熟练使用翻译软件解决语言障碍问题，同时了解其他常用工具（如图片编辑、文档处理等）在售前准备中的应用。

能力目标：

培养学生有效运用多种在线工具进行跨境电商售前准备的能力。

提升学生的跨文化交流能力，特别是在语言沟通方面的技能。

思政目标：

强化学生的服务意识，注重沟通细节，提升客户体验。

培养学生的自主学习能力，适应跨境电商行业快速变化的需求。

二、教学重点

跨境电商平台即时聊天工具的功能介绍、操作技巧及最佳实践。

电子邮件的撰写技巧，包括邮件格式、内容组织、礼貌用语等。

翻译软件及其他常用工具在售前准备中的应用。

三、教学难点

如何在实际操作中灵活运用即时聊天工具，提高沟通效率。

针对不同国家和地区客户的文化差异，撰写恰当的电子邮件。

熟练使用翻译软件解决语言障碍，确保沟通准确无误。

四、教学过程

学生自主学习相关资料（6学时）

五、教学方法

实践操作法：通过分组实践，使学生将所学知识应用于实际操作中。

六、教学任务

任务一：了解跨境电商平台即时聊天工具

学生需掌握至少一种主流跨境电商平台的即时聊天工具使用方法，并能进行基本沟通。

任务二：运用电子邮件及其他辅助沟通工具

学生尝试使用其他辅助沟通工具进行模拟沟通。

任务三：运用翻译软件及其他常用工具

学生需熟练使用翻译软件解决语言障碍问题，并了解其他常用工具在售前准备中的应用场景。

项目二：开展售前服务

一、教学目标

知识目标：

学生能够了解并掌握通过不同渠道（如社交媒体、行业论坛、客户推荐等）收集潜在客户信息的方法。

学生能够掌握产品推介技巧，包括产品特点介绍、优势分析及客户案例分析。

能力目标：

学生能够熟练运用各种渠道有效收集潜在客户资源，并建立潜在客户数据库。

学生能够根据客户需求定制个性化的产品推介方案，提升客户转化率。

思政目标：

培养学生的市场敏感度和客户服务意识，提升客户资源的有效管理和利用能力。

增强学生的沟通能力和应变能力，以应对不同客户的个性化需求。

二、教学重点

潜在客户信息的收集方法和技巧。

产品推介的个性化定制策略。

三、教学难点

如何从海量信息中筛选出高质量的潜在客户。

如何根据客户需求精准定制推介方案，提高客户接受度。

四、教学过程

学生自主学习相关资料（6 学时）

五、教学方法

总结反馈法：通过学生的分享和教师的点评，及时发现问题并进行改进。

六、教学任务

任务一：每位学生需完成至少 5 条潜在客户信息的收集，并建立个人潜在客户数据库。

项目三：提供售中服务

任务一：回复询盘

一、教学目标：

知识目标：学生能够理解并掌握如何快速、准确地回复客户询盘，包括产品详情、价格、物流等信息的查询与回复。

能力目标：培养学生有效沟通的能力，能够运用恰当的沟通技巧提升客户满意度。

思政目标：增强学生的责任心和服务意识，确保客户问题得到及时、专业的解答。

二、教学重点：

询盘回复的准确性和时效性。

有效沟通技巧的应用，包括倾听、理解、回应等。

三、教学难点：

如何根据不同客户的需求和背景，提供个性化的回复方案。

在繁忙的工作环境中保持高效且准确的回复速度。

四、教学过程：

学生自主学习相关资料（3学时）

五、教学方法：

小组讨论法：促进学生之间的交流与合作，共同解决问题。

六、教学任务：

完成至少5个类型的询盘回复练习，确保掌握询盘回复的技巧和流程。

提交一份询盘回复的总结报告，分析自己在回复过程中的优点与不足，并提出改进措施。

任务二：引导购买

一、教学目标：

知识目标：学生能够了解并掌握如何通过专业的产品介绍、优惠活动推荐等方式引导客户完成购买决策。

能力目标：培养学生销售技巧，能够熟练运用各种方法促进客户购买。

思政目标：增强学生的客户服务意识，提升客户满意度和忠诚度。

二、教学重点：

产品介绍的专业性和吸引力。

优惠活动的有效推荐与解释。

三、教学难点：

如何根据客户的具体需求和情况，制定个性化的购买引导方案。

在引导购买过程中保持与客户的良好沟通，避免过度推销。

四、教学过程：

学生自主学习相关资料（3 学时）

五、教学方法：

案例教学法：通过实际案例帮助学生理解购买引导的方法和技巧。

六、教学任务：

完成至少 3 次购买引导模拟演练，确保掌握购买引导的技巧和流程。

项目四：提供售后服务

一、教学目标

知识目标：学生能够理解并掌握订单跟踪技巧，了解跨境电商平台的客户评价和投诉处理流程。

能力目标：学生能够熟练运用订单跟踪系统，及时告知客户订单状态；能够有效管理客户评价，处理负面评价并采取改进措施；能够按照投诉处理流程，妥善处理客户投诉和纠纷。

思政目标：强化学生的责任心和服务意识，培养学生的耐心和细致的工作态度，以及处理复杂情况的能力。

二、教学重点

订单跟踪技巧的掌握与运用。

如何引导客户留下正面评价及处理负面评价。

客户投诉和纠纷处理流程的理解与运用。

三、教学难点

如何有效地处理负面评价和客户投诉，确保客户满意度。

掌握并灵活运用跨境电商平台的投诉处理机制。

四、教学过程

学生自主学习相关资料（6学时）

五、教学方法

模拟练习法：通过模拟售后服务场景，让学生在实践中掌握所学知识，提升实际操作能力。

六、教学任务

任务一：跟进订单：完成至少 3 个订单跟踪模拟练习，确保学生能够熟练掌握订单跟踪技巧。

任务二：管理客户评价：分析并处理至少 2 个客户评价案例，提出改进措施，撰写分析报告。

任务三：处理客户投诉和纠纷：模拟处理至少 1 个客户投诉或纠纷案例，掌握投诉处理流程和纠纷解决技巧。

项目五：处理跨境电商争议

一、教学目标

知识目标：学生能够深入理解跨境电商平台的交易规则和售后服务政策，熟悉常见纠纷类型及其解决方法。

能力目标：学生能够熟练运用纠纷解决策略，有效处理跨境电商争议，保护客户及公司利益。

思政目标：培养学生的法律意识、责任感和解决问题的能力，使其在面对跨境电商争议时能够冷静应对，妥善处理。

二、教学重点

跨境电商平台的交易规则和售后服务政策的详细解读。

常见纠纷类型的识别及解决方法的学习。

纠纷解决策略的实际运用与案例分析。

三、教学难点

如何将理论知识有效转化为实践能力，解决实际跨境电商争议。

引导学生灵活运用多种纠纷解决策略，应对复杂多变的争议情况。

四、教学过程

学生自主学习相关资料（6学时）

五、教学方法

案例分析法：结合实际案例进行分析，帮助学生更好地理解和应用所学知识。

六、教学任务

每位学生需独立完成一份跨境电商平台交易规则和售后服务政策的总结报告。

项目六：管理客户关系

一、教学目标

知识目标：学生能够识别高价值客户并理解客户关系管理的重要性；掌握客户挽回策略及客户关系维护的基本方法。

能力目标：能够针对流失客户制定挽回计划，并运用客户关系维护技巧，提升客户满意度和忠诚度。

思政目标：培养学生具备以客户为中心的服务理念，提升客户服务质量和持续发展的能力。

二、教学重点

高价值客户的识别标准及方法。

客户挽回计划的制定与执行策略。

客户关系维护的关键步骤与技巧。

三、教学难点

如何有效区分高价值客户，确保资源的合理分配。

设计并实施有效的客户挽回计划，降低客户流失率。

实施个性化关怀和忠诚度计划，增强客户粘性。

四、教学过程

学生自主学习相关资料（6学时）

五、教学方法

讨论法：组织小组讨论，激发学生的参与热情和思维能力。

六、教学任务

完成高价值客户的识别任务，学会使用客户识别标准与方法。

设计并实施客户挽回计划，掌握客户挽回的策略与技巧。

熟练掌握客户关系维护的方法与技巧，包括定期沟通、个性化关怀、忠诚度计划等。