目 录

1
……
……
……
……
……
……
……
……
……
……
……
……
……
……
……
……
……
……
……
52
……
……
……
……
……
……
……
……
……
……
……
……
……
……
……
……
……
……
……

.....
.....
.....

评价内容	配分	评分标准			得分 1	得分 2	平均分
职业素养（5分）	5分		注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。				
	工作任务（95）分	客服前的准备（20分）	20分	结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，符合字数[illegible]16-20分			
				好地把服务特色与优势概括出来。			
				结构严谨、文笔通顺，符合字数要求，内容基本上能反映出服务的特色。	10-15分		
				文构较严谨、文笔较通顺，符合字数要求，内容较能体现出服务的特色。	5-9分		
				结构一般、文笔不是很通顺，符合字数要求，内容不能体现出服务的特色。	3-4分		
				文不对题。	0-2分		
		客户沟通技巧	30分	目标客户明确，列举了三到五个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤（招呼、询问、推荐、议价、核实、道别、跟进）阐述明确	28-30分		
				目标客户明确，列举了三到五个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤提到了五点	24-27分		
				目标客户明确，列举了一到二个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤提到了五点	20-23分		
				目标客户明确，列举了一到二个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤提到了四点	15-19分		
				目标客户明确，列举了一到二个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤提到了三点	10-14分		
				目标客户明确，列举了一到二个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤提到了二点	5-9分		
				典型客户群不明确，模拟售前营销过程中七步骤答题提到了一点	0-4分		
确、表述清楚		客户价值计算	25分	计算公式，价值大小计算正确，共18分			
				作用：是否深刻理解客户终生价值对企业的重要性，是否观点明、分析深刻且结合背景资料、见解独到等。按0/3/5/7分评分。			
景分析扣4		客户分类管理	20分	反映现象描述完全正确5分，如何看待该现象5分。			
				客户分级管理的意义4分，高效的管理措施6分，没有结合案例背分，其他按照回答的正确与否和合理性进行给分。			
	合计	100分					

评价内容	配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养（5分）	5分	注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。				
[illegible]		[illegible]	[illegible]			
[illegible]						
容基本	10-15分	客服前的准备（20分）	20分	好地把服务特色与优势概括出来。 结构严谨、文笔通顺，符合字数要求，内容上能反映出服务的特色。		
内容	5-9分			文构较严谨、文笔较通顺，符合字数要求，		
[illegible]						
[illegible]						
[illegible]			

评价内容	配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养（5分）	5分	注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。				

好地把服务特色与优势概括出来。

容基本	10-15分	客服前的准备（20分）	20分	结构严谨、文笔通顺，符合字数要求，内容上能反映出服务的特色。
内容	5-9分			文构较严谨、文笔较通顺，符合字数要求，

确，列举了三到五个典型客户群；模拟过程中七步骤提到了五点	24-27分	工作任务（95）分	客户沟通技巧	30分	目标客户明拟售前营销
确，列举了一到二个典型客户群；模拟过程中七步骤提到了五点	20-23分				目标客户明拟售前营销
确，列举了一到二个典型客户群；模拟过程中七步骤提到了四点	15-19分				目标客户明拟售前营销
确，列举了一到二个典型客户群；模拟过程中七步骤提到了三点	10-14分				目标客户明拟售前营销
确，列举了一到二个典型客户群；模	5-9分				目标客户明

客户价值计算 25分

描述完全正确5分，如何看待该现象5分。		客户分类管理	20分	反映现象
管理的意义4分；高效的管理措施6分，没有结合案例背景分析扣4分按照回答的正确与否和合理性进行给分。				客户分级分，其他
0分		合计		10

评价内容	配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养（5分）	5分	注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。				

好地把服务特色与优势概括出来。

容基本

10-15分

结构严谨、文笔通顺，符合字数要求，内容基本上能反映出服务的特色。

客服前的准备（20分）

20分

内容

5-9分

文构较严谨、文笔较通顺，符合字数要求，

确，列举了三到五个典型客户群；模拟过程中七步骤提到了五点

24-27分

目标客户明 拟售前营销

工作任务（95）分

确，列举了一到二个典型客户群；模拟过程中七步骤提到了五点

20-23分

目标客户明 拟售前营销

确，列举了一到二个典型客户群；模拟过程中七步骤提到了四点

15-19分

客户沟通技巧

30分

目标客户明 拟售前营销

确，列举了一到二个典型客户群；模拟过程中七步骤提到了三点

10-14分

目标客户明 拟售前营销

确，列举了一到二个典型客户群；模

5-9分

目标客户明

客户价值计算

25分

描述完全正确5分，如何看待该现象5分。

反映现象

管理的意义4分；高效的管理措施6分，没有结合案例背景分析扣4分按照回答的正确与否和合理性进行给分。

客户分类管理

20分

客户分级 分，其他

0分

合计

10

评价内容	配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养（5分）	5分	注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。				

好地把服务特色与优势概括出来。

客服前的准备（20分） 20分

容基本	10-15分
内容	5-9分

结构严谨、文笔通顺，符合字数要求，内容上能反映出服务的特色。

文构较严谨、文笔较通顺，符合字数要求，

工作任务（95）分

客户沟通技巧 30分

确，列举了三到五个典型客户群；模拟过程中七步骤提到了五点	24-27分
确，列举了一到二个典型客户群；模拟过程中七步骤提到了五点	20-23分
确，列举了一到二个典型客户群；模拟过程中七步骤提到了四点	15-19分
确，列举了一到二个典型客户群；模拟过程中七步骤提到了三点	10-14分
确，列举了一到二个典型客户群；模	5-9分

目标客户明

拟售前营销

客户价值计算 25分

描述完全正确5分，如何看待该现象5分。

反映现象

客户分类管理 20分

管理的意义4分；高效的管理措施6分，没有结合案例背景分析扣4分按照回答的正确与否和合理性进行给分。

客户分级

分，其他

0分

合计

10

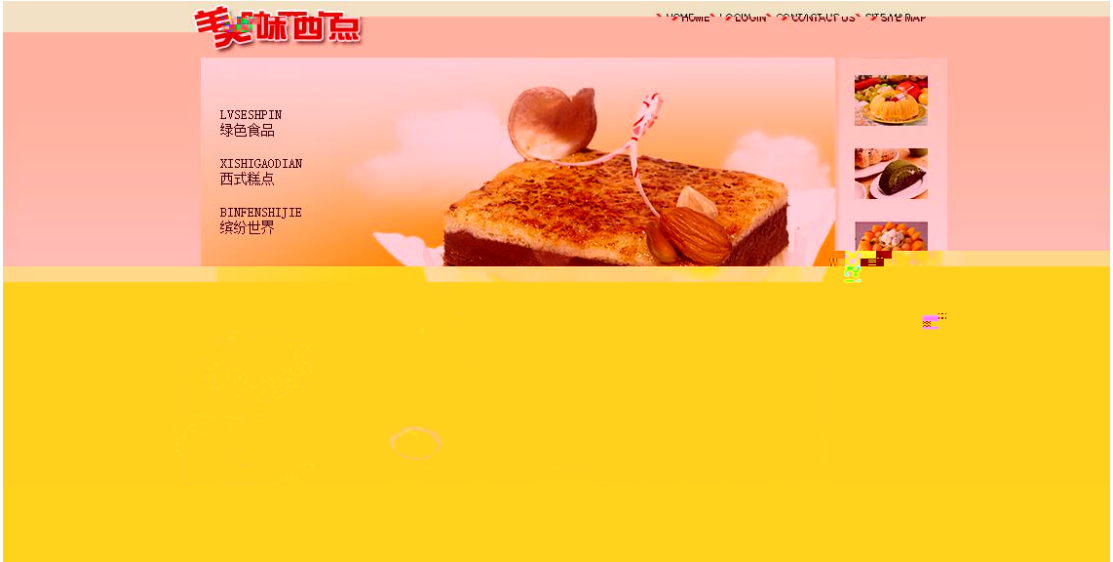
评价内容	配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养（5分）	5分	注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。				
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]			
[illegible]		客服前的准备（20分）	20分	好地把服务特色与优势概括出来。		
容基本	10-15分			结构严谨、文笔通顺，符合字数要求，内容上能反映出服务的特色。		
内容	5-9分			文构较严谨、文笔较通顺，符合字数要求，		
[illegible]						
[illegible]						
确，列举了三到五个典型客户群；模过程中七步骤提到了五点	24-27分	工作任务（95）分	客户沟通技巧	30分	目标客户明拟售前营销	
确，列举了一到二个典型客户群；模过程中七步骤提到了五点	20-23分				目标客户明拟售前营销	
确，列举了一到二个典型客户群；模过程中七步骤提到了四点	15-19分				目标客户明拟售前营销	
确，列举了一到二个典型客户群；模过程中七步骤提到了三点	10-14分				目标客户明拟售前营销	
确，列举了一到二个典型客户群；模	5-9分				目标客户明	
[illegible]	[illegible]					
[illegible]	[illegible]		客户投诉处理	25分	[illegible]	
述完全正确5分，如何看待该现象5分。					反映现象	
管理的意义4分，高效的管理措施6分，没有结合案例背景分析扣4按照回答的正确与否和合理性进行给分。			客户分类管理	20分	客户分级分，其他	
0分		合计			10	

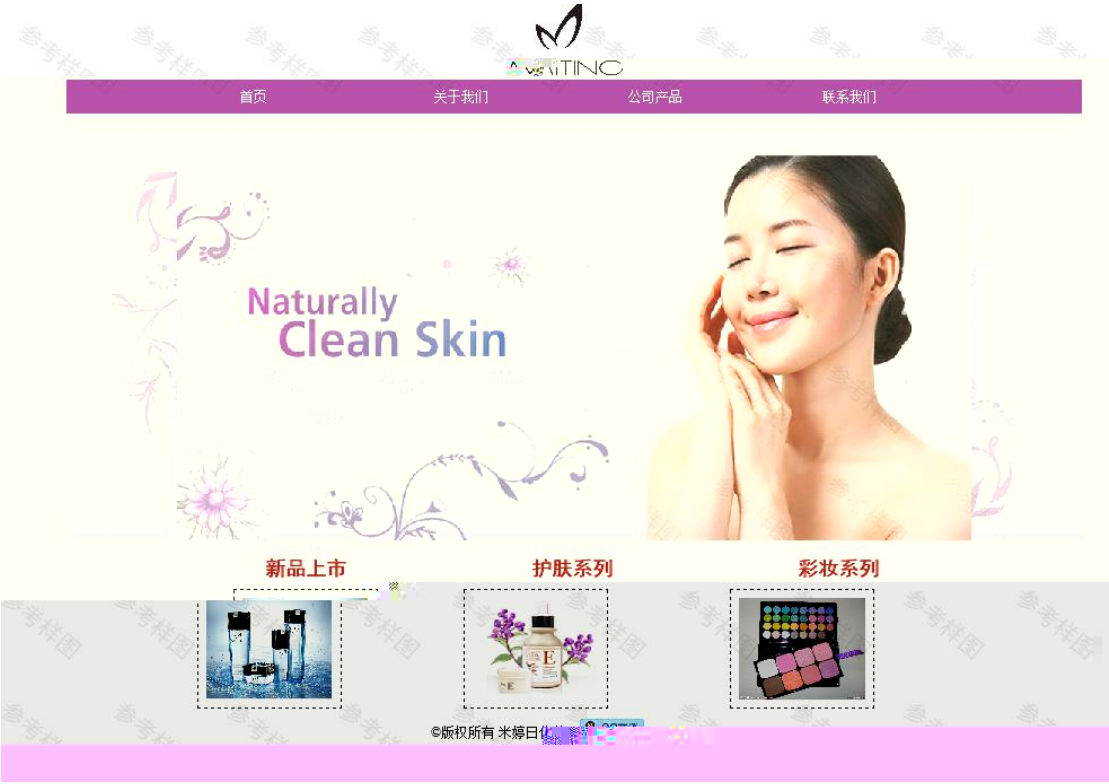
评价内容	配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养（5分）	5分	注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。				
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]			
[illegible]		客服前的准备（20分）	20分	好地把服务特色与优势概括出来。		
容基本	10-15分			结构严谨、文笔通顺，符合字数要求，内容上能反映出服务的特色。		
内容	5-9分			文构较严谨、文笔较通顺，符合字数要求，		
[illegible]						
[illegible]						
确，列举了三到五个典型客户群；模过程中七步骤提到了五点	24-27分	工作任务（95）分	客户沟通技巧	30分	目标客户明拟售前营销	
确，列举了一到二个典型客户群；模过程中七步骤提到了五点	20-23分				目标客户明拟售前营销	
确，列举了一到二个典型客户群；模过程中七步骤提到了四点	15-19分				目标客户明拟售前营销	
确，列举了一到二个典型客户群；模过程中七步骤提到了三点	10-14分				目标客户明拟售前营销	
确，列举了一到二个典型客户群；模	5-9分				目标客户明	
[illegible]	[illegible]					
[illegible]	[illegible]		客户投诉处理	25分	[illegible]	
述完全正确5分，如何看待该现象5分。					反映现象	
管理的意义4分，高效的管理措施6分，没有结合案例背景分析扣4按照回答的正确与否和合理性进行给分。			客户分类管理	20分	客户分级分，其他	
0分		合计			10	

评价内容	配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养（5分）	5分	注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。				
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]			
[illegible]		客服前的准备（20分）	20分	好地把服务特色与优势概括出来。		
容基本	10-15分			结构严谨、文笔通顺，符合字数要求，内容上能反映出服务的特色。		
内容	5-9分			文构较严谨、文笔较通顺，符合字数要求，		
[illegible]						
[illegible]						
确，列举了三到五个典型客户群；模过程中七步骤提到了五点	24-27分	工作任务（95）分	客户沟通技巧	30分	目标客户明拟售前营销	
确，列举了一到二个典型客户群；模过程中七步骤提到了五点	20-23分				目标客户明拟售前营销	
确，列举了一到二个典型客户群；模过程中七步骤提到了四点	15-19分				目标客户明拟售前营销	
确，列举了一到二个典型客户群；模过程中七步骤提到了三点	10-14分				目标客户明拟售前营销	
确，列举了一到二个典型客户群；模	5-9分				目标客户明	
[illegible]	[illegible]					
[illegible]	[illegible]		客户投诉处理	25分	[illegible]	
述完全正确5分，如何看待该现象5分。					反映现象	
管理的意义4分，高效的管理措施6分，没有结合案例背景分析扣4按照回答的正确与否和合理性进行给分。			客户分类管理	20分	客户分级分，其他	
0分		合计			10	

评价内容	配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养（5分）	5分	注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。				
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]			
[illegible]		客服前的准备（20分）	20分	好地把服务特色与优势概括出来。		
容基本	10-15分			结构严谨、文笔通顺，符合字数要求，内容上能反映出服务的特色。		
内容	5-9分			文构较严谨、文笔较通顺，符合字数要求，		
[illegible]						
[illegible]						
确，列举了三到五个典型客户群；模过程中七步骤提到了五点	24-27分	工作任务（95）分	客户沟通技巧	30分	目标客户明拟售前营销	
确，列举了一到二个典型客户群；模过程中七步骤提到了五点	20-23分				目标客户明拟售前营销	
确，列举了一到二个典型客户群；模过程中七步骤提到了四点	15-19分				目标客户明拟售前营销	
确，列举了一到二个典型客户群；模过程中七步骤提到了三点	10-14分				目标客户明拟售前营销	
确，列举了一到二个典型客户群；模	5-9分				目标客户明	
[illegible]	[illegible]					
[illegible]	[illegible]		客户投诉处理	25分	[illegible]	
述完全正确5分，如何看待该现象5分。					反映现象	
管理的意义4分，高效的管理措施6分，没有结合案例背景分析扣4按照回答的正确与否和合理性进行给分。			客户分类管理	20分	客户分级分，其他	
0分		合计			10	

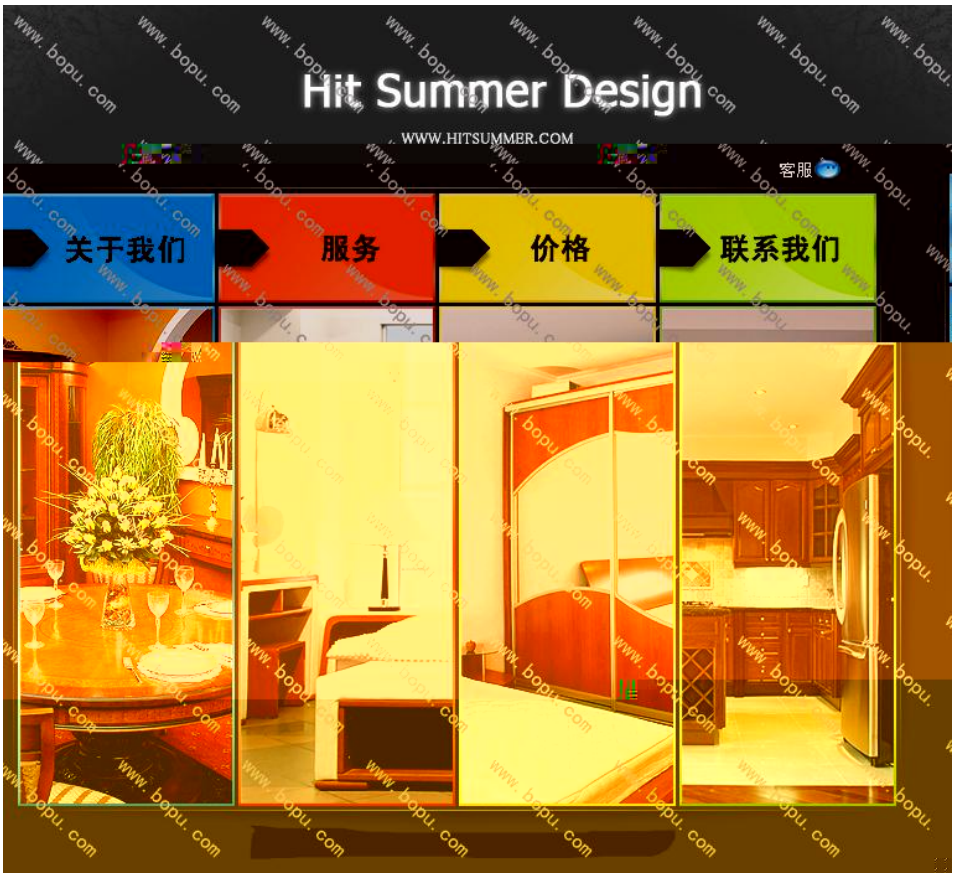
评价内容	配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养（5分）	5分	注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。				
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]			
[illegible]		客服前的准备（20分）	20分	好地把服务特色与优势概括出来。		
容基本	10-15分			结构严谨、文笔通顺，符合字数要求，内容上能反映出服务的特色。		
内容	5-9分			文构较严谨、文笔较通顺，符合字数要求，		
[illegible]						
[illegible]						
确，列举了三到五个典型客户群；模过程中七步骤提到了五点	24-27分	工作任务（95）分	客户沟通技巧	30分	目标客户明拟售前营销	
确，列举了一到二个典型客户群；模过程中七步骤提到了五点	20-23分				目标客户明拟售前营销	
确，列举了一到二个典型客户群；模过程中七步骤提到了四点	15-19分				目标客户明拟售前营销	
确，列举了一到二个典型客户群；模过程中七步骤提到了三点	10-14分				目标客户明拟售前营销	
确，列举了一到二个典型客户群；模	5-9分				目标客户明	
[illegible]	[illegible]					
[illegible]	[illegible]		客户投诉处理	25分	[illegible]	
述完全正确5分，如何看待该现象5分。					反映现象	
管理的意义4分，高效的管理措施6分，没有结合案例背景分析扣4按照回答的正确与否和合理性进行给分。			客户分类管理	20分	客户分级分，其他	
0分		合计			10	


美味西点
LVSESHPIN
绿色食品
XISHIGAODIAN
西式糕点
BINFENSHIJIE
缤纷世界


首页
关于我们
公司产品
联系我们
Naturally
Clean Skin
新品上市
护肤系列
彩妆系列
©版权所有 米婷日化

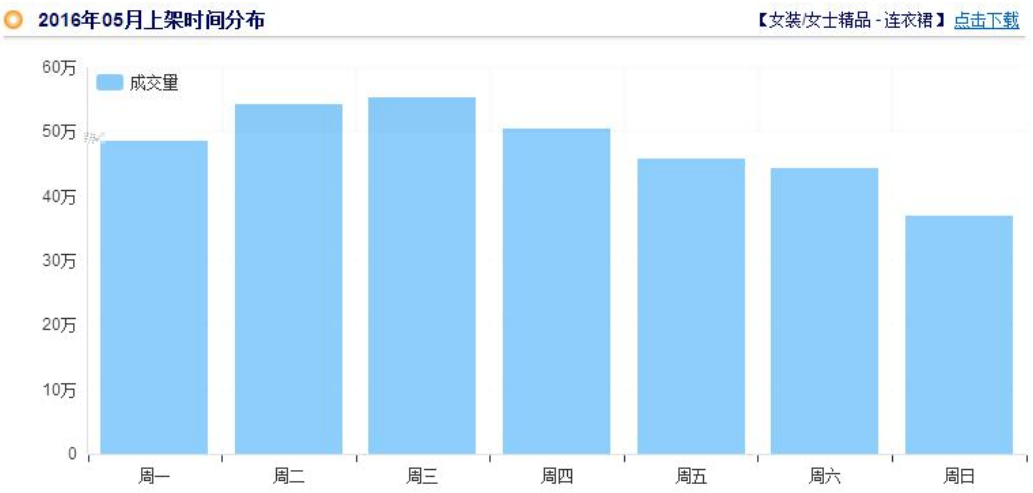
QQ在线

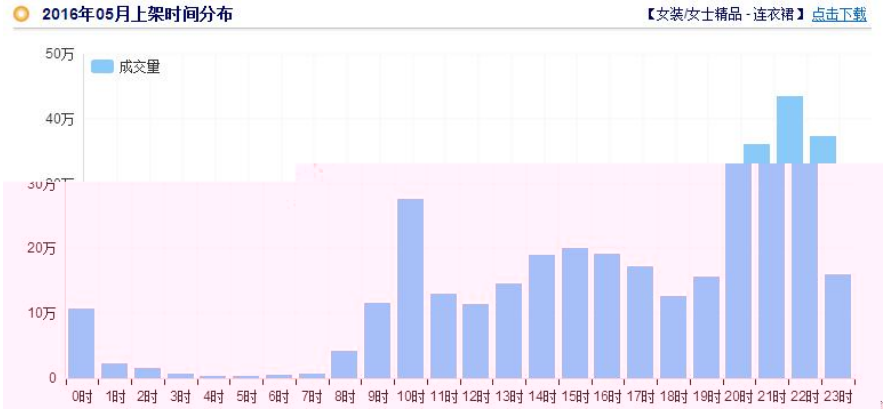
-
-
-

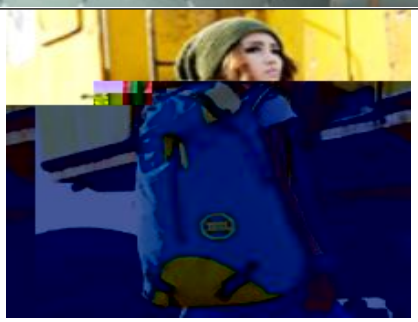

Hit Summer Design
WWW.HITSUMMER.COM
客服
关于我们
服务
价格
联系我们

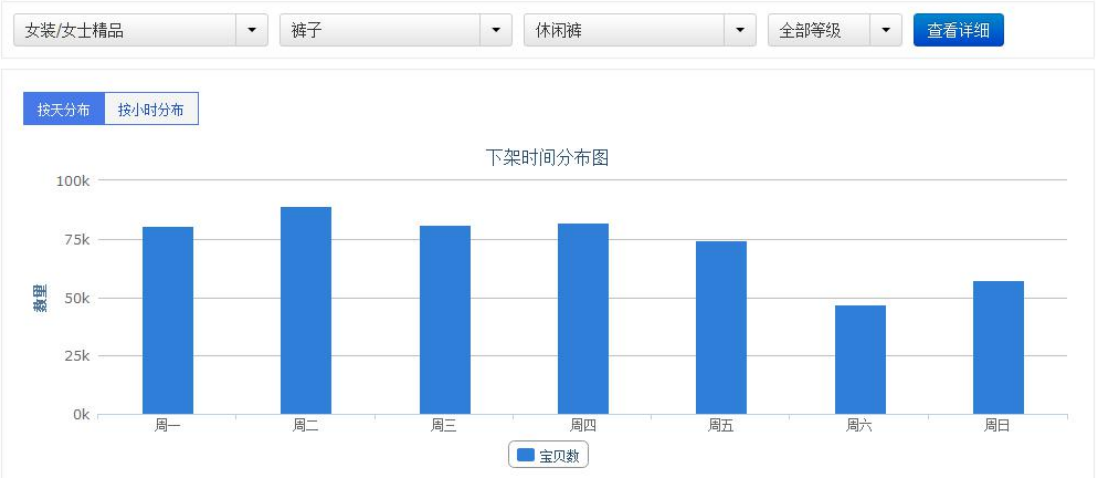
普拉
爽慕
首页
男鞋在线
运动鞋
休闲鞋
凉鞋
拖鞋
帮助中心
QQ在线
清凉人字拖
9元起
抢
￥225
356
￥199
抢
￥299
599
抢
￥199
399

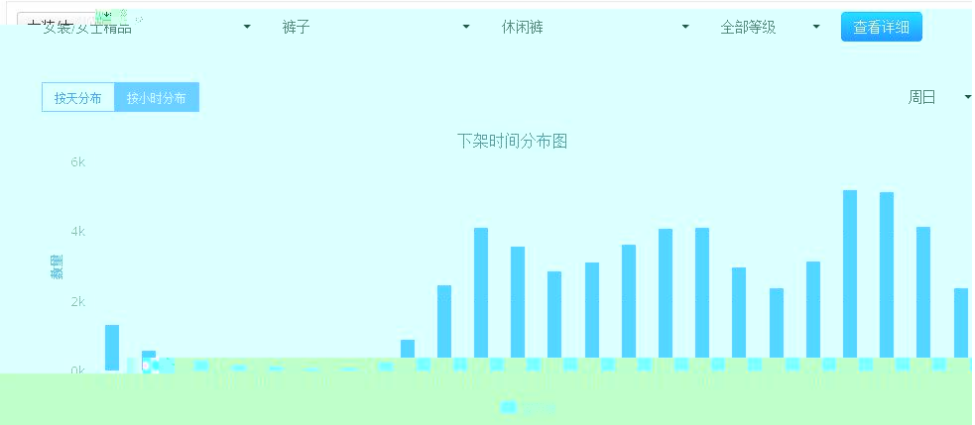
QQ在线


2016年05月上架时间分布
【女装/女士精品 - 连衣裙】点击下载
成交量
60万
50万
40万
30万
20万
10万
0
周一
周二
周三
周四
周五
周六
周日


2016年05月上架时间分布
【女装/女士精品 - 连衣裙】点击下载
成交量
50万
40万
30万
20万
10万
0
0时 1时 2时 3时 4时 5时 6时 7时 8时 9时 10时 11时 12时 13时 14时 15时 16时 17时 18时 19时 20时 21时 22时 23时

 商城正品 铂金骑士V9健康电子烟 新款清肺产品 戒烟的烟特价	
	


女装/女士精品
裤子
休闲裤
全部等级
查看详细
按天分布
按小时分布
下架时间分布图
100k
75k
50k
25k
0k
数量
周一
周二
周三
周四
周五
周六
周日
宝贝数


裤子
休闲裤
全部等级
查看详细
按天分布
按小时分布
周日
下架时间分布图
6k
4k
2k
0k
数量

基础数据
交易数据
销售量走势
价格变化
标题变化
买家统计
使用帮助
逐鹿软件
淘小鹿
逐鹿博客
日变化
周变化
月变化
显示笔数
显示销量
序号 时间 销量 笔数
1 2015-10-21 1 1
2 2015-10-26 1 1
3 2015-10-29 3 3
4 2015-10-31 3 3
5 2015-11-01 7 6
6 2015-11-02 4 4
7 2015-11-03 2 2
8 2015-11-04 1 1
9 2015-11-05 16 10
10 2015-11-06 2 1
11 2015-11-07 6 6
12 2015-11-09 5 5
13 2015-11-10 1 1
14 2015-11-11 27 27
15 2015-11-12 1 1
16 2015-11-13 4 4
17 2015-11-14 1 1
18 2015-11-15 2 2
10-21 10-26 10-29 10-31 11-01 11-02 11-03 11-04 11-05 11-06 11-07 11-09 11-10 11-11 11-12 11-13 11-14 11-15 11-16 11-17 11-18 11-20

安化三砖

公司动态
新闻视频
行业信息

			ba d		ALEXA

兴元自动售货机
XINGYUAN
0731-81820822
400-100-2229
SALE
网站首页
关于兴元
产品体验
渠道招募
云平台
经典客户
行业解决方案
联系我们
淘宝店铺
点击咨询
兴元自动售货机
热烈庆祝兴元新三板挂牌上市

			ba d		ALEXA

湖南江浩电子股份有限公司
江浩股份
HUNAN JIANGHAO ELECTRONICS CO., LTD
0731-22161288
网站首页
走进江浩
产品展示
新闻资讯
荣誉客户
技术
人才招聘
联系我们
化工溶剂技术引领者
20年专注化工溶剂技术，让世界更绿色
查看详情

			ba d		ALEXA

今天
昨天
最近7天
最近30天
2012/04/17 - 2012/05/16
与其他时间段对比
按小时看
按日看
浏览量(PV)
24
访客数(UV)
24
跳出率
100%
平均访问时长
00:32:30
浏览量(PV)
分日
分周
分月
节假日

正亚化工
Changsha Zhengya Chemical co. LTD
长沙正亚化工有限公司
正亚首页
公司简介
行业动态
产品动态
技术支持
客户留言
联系我们
在线咨询

			ba d		ALEXA

œ(- } >ÛL 3R

湖南大麓科技有限公司
HUNAN DALU TECHNOLOGY CO.,LTD.
首页
关于我们
技术研发
多元业务
新闻中心
人力资源
联系我们
让城市更加智慧 + 让生活更加美好
SMARTER CITY BETTER LIFE

			ba d		ALEXA

SEO

			ba d		ALEXA

您好，欢迎进入光华士科技有限公司官网！
智慧黑板 | 音响系统
光华士科技
GUANGHUASHI TECHNOLOGY
400-999-3868
24h总监服务： 13574889357
网站首页
智替校园集...
拼接显示系统...
应用案例
技术支持
新闻中心
在线留言
给您回电

			ba d		ALEXA

◯	

鬱 鬱

鬱 鬱

			ba d		ALEXA

今天
昨天
最近7天
最近30天
2012/04/17 - 2012/05/16
与其他时间段对比
按小时看
按日看
浏览量(PV)
24
访客数(UV)
24
跳出率
100%
平均访问时长
00:32:30
浏览量(PV)
分日
分周
分月
节假日

			ba d		ALEXA

大药房旗舰店 | 天猫旗舰店 | 京东大药房旗舰店 | 返回首页 |
九芝堂
藥者當付全力 醫者當問良心
中华老字号
光大传统
再造辉煌
1 2 3 4 5

			ba d		ALEXA