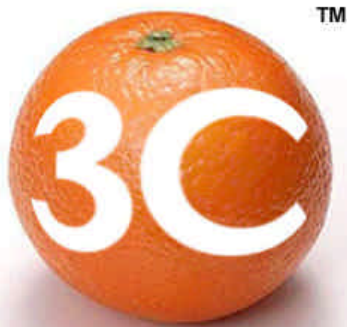


# 3C 1+1 公开培训推广计划

A 2-Day Certified\* Public Training Program  
The 3C Method Foundation & Implementation

两日 3C 认证培训公开课程 (基础与实施)



Getting the best part of European CRM theories  
Combining with localized China 3C Methodology  
Extracts of successful case studies from multi-national corporations  
Sharing and learning with China leading enterprises

欧洲客户关系管理精华  
中国本土化的实施方案  
国际企业成功案例总结  
国内公司真实经验分享

A Sino-Euro Customer Management Method



An Excellent 3C Implementation Enterprise

**DIRECTGROUP**  
BERTELSMANN

2005 年 1 月 13-14 日于 Shanghai SPA CE 倾力呈现  
1 月 14 日下午贝塔斯曼集团现场授课  
January 13-14, 2005 in Shanghai SPACE  
Jan 14 Afternoon in Bertelsmann Direct Group

Program Leader 主讲导师



**Sampson Lee 李翊玮**  
GreaterChinaCRM 总裁  
3C 方法联合创始人

Enterprise 1+1 Speaker 1+1 企业嘉宾



**Mier Ai 艾弥尔**  
Bertelsmann Direct Group (China)  
首席运营官

Enterprise 1+1 Trainer 1+1 企业导师



**Mandy Song 宋敏琛**  
Bertelsmann Direct Group (China)  
客户中心助理培训经理

Co-Organizer 联合组织



**GreaterChinaCRM**  
中国最大客户关系管理社团

The 3C Method Certificate to be awarded by  
Customer Marketing Institute and GreaterChinaCRM.

3C 方法认证证书由荷兰客户营销机构与

GreaterChinaCRM 联合授予



# 3C 1+1 公开培训推广计划



“中欧客户管理方法”

Jay Curry, 3C 方法创始人

集中的，交互式的二日制认证培训可以为您提供量身定制的方法和工具、各方的实际经验以及充分的实施路标，使您的企业在实施 3C 时无后顾之忧。

## 关于 3C 1+1 公开培训推广计划

“3C 方法”(China Customer Care)自 2003 年 6 月正式投放中国市场以来，作为一套实施 CRM 的方法论，已经被众多国内企业所了解与认知，其实用的各种实施工具为各类企业的 CRM 项目运作带来了立竿见影的作用。同时，为了使其更好的结合中国经商环境、文化、语言与规范，形成针对不同行业的基本标准，我们希望与国内优秀企业共同创造出适合各自行业的 3C 方法实施模式。

本着“平等合作，共同促进”的原则，各期“3C 1+1”推广计划中将有一家实施 3C 项目的优秀企业与参训者共同分享其实施经验，以让参训者切身实地了解 3C 方法。所有参与“3C 1+1”推广计划的企业将作为“3C 研究所荣誉企业”享有研究所提供的服务优惠。

## 关于 3C 方法

一个特别为大中华地区研制的客户管理方法“3C 方法”(China Customer Care)已正式由 GreaterChinaCRM 及总部位于欧洲荷兰的机构“客户营销机构”(CMI)共同携手开发。“3C 方法”作为一套帮助企业在不增加营销及销售预算的情况下实施客户关系管理并获利的系统方法，以“客户营销方法”为基础，以“客户金字塔”及一个简单的行动计划为核心，采用流程控制技术衡量、管理和改善客户表现及客户关注，达到维持和最大化客户生命期价值的目的。

## 3C 能给你带来什么



### 客户金字塔建造工具

1. 如何建立属于自己公司的客户金字塔
2. 如何细分客户并通过客户金字塔和移动矩阵管理其动态
3. 如何增加您公司内自上而下的关注客户关注度



### 客户导向和客户满意度核查工具

1. 如何诊断您的客户导向
2. 如何通过定义价值命题分析并改善你的客户满意度和忠诚度
3. 如何通过忠诚度指标和客户访谈改善你的客户忠诚度



### 基于客户的会计核算 (CBA)

1. 如何通过 CBA 来评估、管理和改善客户利润率以及用于销售、营销和服务方面的投资回报率
2. 如何通过管理客户信息、了解总支出和客户份额要素来自你的客户、潜在客户和怀疑对象中挖掘出真正有潜力的客户



### 企业 3C 实施路标

1. 如何在您的公司实施 3C 方法
2. 如何结合你的远景、策略、目标和评估方法为每个客户/客户细分设定客户目标
3. 如何制定你的客户接触点、设计你理想的客户体验、为你的客户联系计划作预算、并且为每个客户/客户细分制定客户联系计划。

## 适合对象

1. CEOs/高级管理层
2. 销售、营销、服务、IT 等部门的经理
3. 打算、正在、或已经实施客户关系管理项目的负责人



# Program Agenda 课程安排

## Day ONE – 3C Foundation

### 第一天– 3C 基础知识

#### Introduction Module 介绍

- Customer Relationship Management Basics 客户关系管理基础
- Why 70% Implementations Failed 为什么 70% 的实施失败了
- Top 10 Observations In Mainland China 中国市场的十大观察
- The 3C Metrics – Customer Value / Behavior / Satisfaction / Focus 3C 方法——客户价值/行为/满意度/导向

#### Customer Pyramid Module 客户金字塔

- Define your Business, Customers, Behavior Variables 定义你的业务、客户、行为变量
- Choose your own type(s) of Customer Pyramid 选择你自己的客户金字塔的类型
- Build your own Customer Pyramid(s) 建立你的金字塔
- Practice The 3C Tool - “The Customer Pyramid Builder” 练习 3C 工具——“客户金字塔建造工具”

#### Customer Focus Module 客户导向

- Customer Focus issues - Organization / Communication / Information 客户导向——组织/沟通/信息
- Diagnose your Customer Focus 诊断你的客户导向
- Identify priorities and form improvement groups 确定优先次序和组成改善小组
- Practice The 3C Tool - “The Customer Focus Auditor” 练习 3C 工具——“客户导向核查工具”

#### Customer Satisfaction Module 客户满意度

- Define your Value Propositions & Loyalty Indicators 定义价值命题&忠诚度指标
- Define your Total Spend & Customer Share factors 定义总支出&客户份额要素
- Formulate cross-functional Customer Teams 组成交叉功能的客户小组
- Conduct Customer Information Quickscan 进行客户信息快速浏览

#### Customer-Based Accounting Module 基于客户的会计核算

- Define & allocate your Sales, Marketing, Service costs 定义配置你的销售、营销、服务成本
- Generate & analyze customer profitability per customer / customer segment 生成并分析每个客户/客户细分的客户利润率
- Derive Customer Migration Matrix 获得客户移动矩阵
- Practice The 3C Tool - “The Customer-Based Accountant” 练习 3C 工具——“基于客户的会计核算”

#### Day ONE Group Case Discussion & Presentation 第一天小组讨论 & 陈述

**\*The 3C Method Public Training is a generic training program.**

**For tailor-made program, please contact us for separate discussion.**

此项课程只是基本原理和方法的培训，如需要根据企业情况进行定制化的培训，可另外与我们联系。



# Program Agenda 课程安排

## Day TWO – 3C Implementation

### 第二天 – 3C 实施

#### Customer Goals Module 客户目标

- Align CRM Vision, Strategies and Objectives 结合客户关系管理远景、策略和目标
- Derive CRM Objectives & Measurement Metrics 获取客户关系管理目标&评估方法
- Calculate Total Spend & Customer Share 统计总支出&客户份额
- Set Customer Goals for every customer / customer segment 为每个客户/客户细分制定客户目标

#### Customer Contact Plan Module 客户联系计划

- Decide the mix of customer touch-points 制定客户接触点
- Design the optimal customer experience 设计最佳客户体验
- Budget your Customer Contact capacity and costs 为你的客户联系计划制定预算
- Make Customer Contact Plans for every customer / customer segment 为每个客户/客户细分制定客户联系计划

#### 3C Implementation Module 3C 方法实施

- 3C Implementation Roadmap 3C 实施路标
- Preparation Phase 准备阶段
- Diagnosis Phase 诊断阶段
- Decision Phase 决策阶段
- Rollout Phase 实施阶段
- Audit Phase 审核阶段

#### 3C 1+1 Enterprise Case Study Sharing-Bertelsmann 3C 1+1 企业实施案例分享-贝塔斯曼直接集团

- Background & Introduction 背景介绍
- Problem Faced 所遇到的困难
- How Bertelsmann Overcame 企业是如何解决的
- Critical Success Factors 主要成功要素

#### Critical Success Factors Module 重要的成功要素

- How to get management support and colleagues buy-in 如何得到管理层的支持并使员工积极投入
- How to conduct phased approach & pilot project to ensure quick wins 如何管理阶段性方法&试验项目来确保快速盈利
- How to set realistic budget for your customer relationship management initiatives 如何为你的客户关系管理活动制定实际的预算
- How to perform maturity check for your Customer, Strategy, People, Process & System 如何成熟的核查你的客户、策略、人、流程&系统
- How to lead change to transform your organization from product-centric to customer-centric 如何使你的企业由以产品为中心转为以客户为中心
- How to map the requirements of business, people, process and technology 如何整合业务、人员、流程和技术等方面的需求

#### Day TWO Group Case Discussion & Presentation 第二天小组讨论 & 陈述



## Company Introduction 企业介绍

**DIRECTGROUP**  
BERTELSMANN

贝塔斯曼直接集团代表了贝塔斯曼集团在中国的主营业务，它下属的贝塔斯曼书友会和BOL以离线和在线并进的方式大力拓展中国的图书音像产品零售市场。目前贝塔斯曼书友会已成为国内最大的中外合资图书俱乐部，在全国拥有150万会员；与“贝塔斯曼书友会在线”整合以后的BOL( www.bol.com.cn )也已发展成为中国最知名的从事媒体产品分销的电子商务网站之一。于2003年年底成立的新的合资企业，21世纪锦绣图书连锁有限公司在全国范围内推广以“新生活时尚”为理念的小型连锁会员店。贝塔斯曼咨询(上海)有限公司和贝塔斯曼亚洲出版公司则致力于加强与国内出版社的联系，并提高贝塔斯曼书友会和BOL的产品竞争力。秉承本土化原则，贝塔斯曼直接集团还积极与国内著名的原创网络文学网站榕树下等建立了战略合作伙伴关系，以丰富产品内容、拓宽服务方式。

## Program Leader 培训导师



**Sampson Lee 李翊玮**  
GreaterChinaCRM  
3C方法联合创始人

李翊玮先生拥有16年的销售、市场及高层管理经验，曾服务于电讯、快速消费品及信息科技行业。首部著作“互联网一分钟”于2000年由香港南华早报集团发行。曾在经济学家论坛( The Economist Forum )、客户联系世界( Customer Contact World )、中国直营营销协会、中国CRM论坛发表了CRM方法、中国最佳CRM实施、CRMBodyCheck、LV象限、以及超越软件的成功客户关系管理的主题演讲。

李先生于2001年创办GreaterChinaCRM，并于2002年联合创办了3C方法。李先生为香港大学硕士学位课程(客户关系管理)的客籍讲师，为大中华区的企业管理人员提供客户关系管理及3C方法培训。李氏拥有工商管理学位，主修经济。现为世界最大的客户关系管理社团 - 美国CRMGuru.com的荣誉顾问。



**Mier Ai 艾弥尔**  
Bertelsmann Direct Group ( China )  
Chief Operation Office 首席运营官

艾弥尔先生现任贝塔斯曼(中国)直接集团首席运营官，负责管理客服中心，单据处理中心，数据库管理，金融服务及物流中心。自1998年加入贝塔斯曼以来，艾弥尔在营销服务领域积累了大量实践经验，包括呼叫中心建立及管理，电话营销，直邮管理和顾客忠诚度计划的策划执行。同时为贝塔斯曼全球高级顾问团——客服委员会及库存管理委员会成员。



**Mandy Song 宋敏琛**  
Bertelsmann Direct Group ( China )  
客户中心助理培训经理

宋敏琛女士现任贝塔斯曼直接集团(中国区)客服中心助理培训经理。1998年加入贝塔斯曼，开始从事呼叫中心领域的工作，在客户关系管理、呼叫中心的员工管理、培训、QC等方面积累了大量实践经验。



## 3C 1+1 Public Training Program Enrollment Form 登记表格

时间：2005 年 1 月 13-14 日	
地点：上海淮海中路 381 号中环广场 38 层 Shanghai SPACE (1 月 13 日、14 日上午) 上海罗秀路 162 号贝塔斯曼直接集团 (1 月 14 日下午)	
姓名 (先生/女士):	职位:
公司:	
地址:	
电话:	传真:
手机:	Email:
教育水平:	工作时间:

I understand that all handouts and materials obtained in class are strictly for my own educational purposes. GreaterChinaCRM owns the copyright rights of all program materials and no reproduction is allowed without the written consent of GreaterChinaCRM. 我获得的所有课程资料仅严格用于我个人学习。GreaterChinaCRM 拥有所有课程资料的知识产权，未经书面同意不允许任何形式的复制或再版使用。

Signature 签名:	Date 日期:
---------------	----------

### Method of Payments 付款方式:

Registration is **ONLY** confirmed on receipt of payment, please fax your receipt to our Shanghai office 86-21-6351-2501  
只有收到付款凭证后我们才能确认你的登记，请将付款凭证传真至上海：86-21-63512501

### Program Fee 课程费用:

Price: @RMB8,300 (USD1,000) / @RMB7,470 (USD900) for three and more participants from the same organization  
价格：@8,300 人民币 (1000 美元) / @7,470 人民币 (900 美元) 三人或三人以上同一机构联合报名

### USD & HKD Account 美元或港币账户

Company: iMatchPoint Ltd  
Bank: Hong Kong and Shanghai Bank Corporation  
(Mongkok and Link Day & Night Banking)  
Bank Account: 004-534-233648-838  
Bank Address: 673 Nathan Road, Mongkok, Kln, Hong Kong

### RMB Account 人民币账户

户名：深圳帝通投资顾问有限公司  
帐号：0032100271020  
开户行：深圳市商业银行深南支行

- Acceptance is subject to the discretion of program organizer 将由课程的主办方确定参加资格
- Applicants will be requested to confirm the attendance and fax the payment slip. 申请者将被要求签名确认出席和传真培训费用的付款凭证。
- When a program is over-subscribed, additional classes may be opened. Applicants will be notified of the new time, dates and place of the program whenever applicable 如果参加培训的人数超过预算，主办方会增设班级。如有改动将通知申请者新的上课时间和地点
- When a program is under-subscribed, original class may be cancelled. Full refund will be provided 如果参加培训的人过少，主办方会取消原定的课程，但会退回全额培训费用
- Participant(s) can assign delegate(s) to take up his / their seats should they be unable to attend the program. However, notification should be made to the program organizer at least 2 days prior to program commencement. No refund will be made should the participant(s) be unable to attend the program on his / their own accord.  
如果申请者不能参加培训，可以在开课 2 天前通知主办方更换人员，但不接受或处理退款事宜。
- Applications, upon full payment, will be processed on a first-come first-served basis 根据按先付款先预定的原则
- Personal data will be used for market research, program development and promotion purpose. 参加者个人信息将会被用于市场研究、课程发展以及宣传

### Enquiries 联系

Mr Tom Hong 洪波 [tom@gccrm.com](mailto:tom@gccrm.com) Ms Tracy Cui 崔琴 [tracy@gccrm.com](mailto:tracy@gccrm.com) URL: <http://www.gccrm.com>  
Shanghai 上海 Tel: 86 21 6351 2506  
Hong Kong 香港 Tel: 852 2851 0356

