目 录

1

52

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
202
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

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。					
了，符合字数	16-20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		
[illegible]						[illegible]		
						好地把服务特色与优势概括出来。		
求，内容基本	10-15分					结构严谨、文笔通顺，符合字数要求		
						上能反映出服务的特色。		
数要求，内容	5-9分					文构较严谨、文笔较通顺，符合字数		
						较能体现出服务的特色。		
字数要求，内	3-4分					结构一般、文笔不是很通顺，符合字		
						容不能体现出服务的特色。		
	0-2分					文不对题。		
型客户群；模				客户沟通技巧	30分	目标客户明确，列举了三到五个典型		
询问、推荐、	28-30分					拟售前营销过程中七步骤（招呼、		
角						议价、核实、道别、跟进）阐述明确		
型客户群；模	24-27分					目标客户明确，列举了三到五个典型		
点						拟售前营销过程中七步骤提到了五点		
型客户群；模	20-23分					目标客户明确，列举了一到二个典型		
点						拟售前营销过程中七步骤提到了五点		
型客户群；模	15-19分					目标客户明确，列举了一到二个典型		
点						拟售前营销过程中七步骤提到了四点		
型客户群；模	10-14分					目标客户明确，列举了一到二个典型		
点						拟售前营销过程中七步骤提到了三点		
型客户群；模	5-9分					目标客户明确，列举了一到二个典型		
点						拟售前营销过程中七步骤提到了二点		
过程中七步骤	0-4分					典型客户群不明确，模拟售前营销		
						答题提到了一点		
8分				客户价值计算	25分	计算公式，价值大小计算正确，共1		
对企业的重要性，是否观点明确、表述清楚						作用：是否深刻理解客户终生价值		
触到等。按0/3/5/7分评分。						、分析深刻且结合背景资料、见解		
待该现象5分。				客户分类管理	20分	反映现象描述完全正确5分，如何看		
理措施6分，没有结合案例背景分析扣4						客户分级管理的意义4分。高效的管		
理性进行给分。						分，其他按照回答的正确与否和合		
			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]			
		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			
		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			
		[illegible]拟售前营销过程中七步骤提到了五点	20-23分			
客户沟通技巧	30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[illegible]	5-9分			
		[illegible]	[illegible]			
客户[illegible]计算	25分	[illegible]作用；是否深刻理解客户终生价值对企业的重要性，是否观点明确、表述清楚[illegible]				
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，没有结合案例背景分析扣4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]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
		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			
		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			
		[illegible]	[illegible]			
		拟售前营销过程中七步骤提到了五点	20-23分			
通技巧	30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			客户沟
		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	5-9分			
		[illegible]	[illegible]			
		[illegible]	[illegible]			
值计算	25分	作用：是否深刻理解客户给予的值对企业的重要性，是否观点明确、表述清楚				客户
		[illegible]				
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，没有结合案例背景分析扣4分，其他按照回答的正确与否和合理性进行给分。				客户分类管理
100分				合计		

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]	[illegible]	[illegible]
		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			
		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			
		[illegible]	[illegible]			
通技巧	30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			客户沟
		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	5-9分			
		[illegible]	[illegible]			
信计算	25分	作用：是否深刻理解客户给王师傅对企业的重要性，是否观点明确、表述清楚				客户
		[illegible]				
20分		反映现象描述完全正确5分，如何看待该现象5分。				客户分类管理
		客户分级管理的意义4分，高效的管理措施6分，没有结合案例背景分析扣4分，其他按照回答的正确与否和合理性进行给分。				
100分				合计		

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]	[illegible]	[illegible]
		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			
		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			
		[illegible]	[illegible]			
		拟售前营销过程中七步骤提到了五点	20-23分			
通技巧	30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			客户沟
		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	5-9分			
		[illegible]	[illegible]			
		[illegible]	[illegible]			
值计算	25分	作用：是否深刻理解客户给予的值对企业的重要性，是否观点明确、表述清楚				客户
		[illegible]				
20分		反映现象描述完全正确5分，如何看待该现象5分。				客户分类管理
		客户分级管理的意义4分，高效的管理措施6分，没有结合案例背景分析扣4分，其他按照回答的正确与否和合理性进行给分。				
100分				合计		

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]	[illegible]	[illegible]
		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			
		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			
		[illegible]	[illegible]			
通技巧	30分	拟售前营销过程中七步骤提到了五点	20-23分			客户沟
		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	5-9分			
		[illegible]	[illegible]			
值计算	25分	作用：是否深刻理解客户给予讨论对企业的重要性，是否观点明确、表达清楚				客户
		[illegible]				
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，没有结合案例背景分析扣4分，其他按照回答的正确与否和合理性进行给分。			客户分类管理	
100分				合计		

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]	[illegible]	[illegible]
		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			
		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			
		[illegible]	[illegible]			
通技巧	30分	拟售前营销过程中七步骤提到了五点	20-23分			客户沟
		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	5-9分			
		[illegible]	[illegible]			
值计算	25分	作用：是否深刻理解客户给予讨论对企业的重要性，是否观点明确、表达清楚				客户
		[illegible]				
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，没有结合案例背景分析扣4分，其他按照回答的正确与否和合理性进行给分。			客户分类管理	
100分				合计		

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]	[illegible]	[illegible]
		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			
		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			
		[illegible]	[illegible]			
通技巧	30分	拟售前营销过程中七步骤提到了五点	20-23分			客户沟
		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	5-9分			
		[illegible]	[illegible]			
值计算	25分	作用：是否深刻理解客户给王诚值对企业的重要性，是否观点明确、表述清楚				客户
		[illegible]				
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，没有结合案例背景分析扣4分，其他按照回答的正确与否和合理性进行给分。			客户分类管理	
100分				合计		

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]	[illegible]	[illegible]
		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			
		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			
		[illegible]	[illegible]			
通技巧	30分	拟售前营销过程中七步骤提到了五点	20-23分			客户沟
		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	5-9分			
		[illegible]	[illegible]			
值计算	25分	作用：是否深刻理解客户给予讨论对企业的重要性，是否观点明确、表达清楚				客户
		[illegible]				
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，没有结合案例背景分析扣4分，其他按照回答的正确与否和合理性进行给分。			客户分类管理	
100分				合计		

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]	[illegible]	[illegible]
		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			
		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			
		[illegible]	[illegible]			
通技巧	30分	拟售前营销过程中七步骤提到了五点	20-23分			客户沟
		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	5-9分			
		[illegible]	[illegible]			
值计算	25分	作用：是否深刻理解客户给予讨论对企业的重要性，是否观点明确、表达清楚				客户
		[illegible]				
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，没有结合案例背景分析扣4分，其他按照回答的正确与否和合理性进行给分。			客户分类管理	
100分				合计		

美味西点
LVSESHPIN
绿色食品
XISHIGAODIAN
西式糕点
BINFENSHIJIE
缤纷世界
XISHIDANGAO
西式蛋糕
Spaghetti
Cake
Wellbeing

首页 关于我们 公司产品 联系我们

Naturally
Clean Skin

新品上市

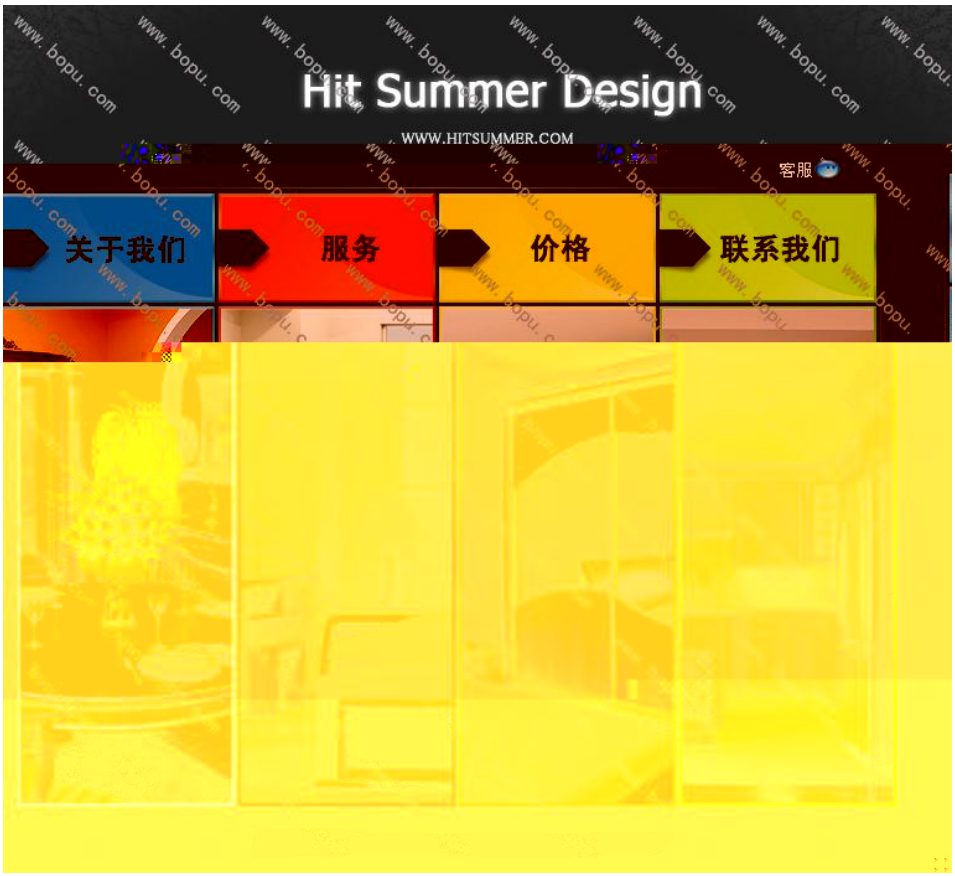
护肤系列

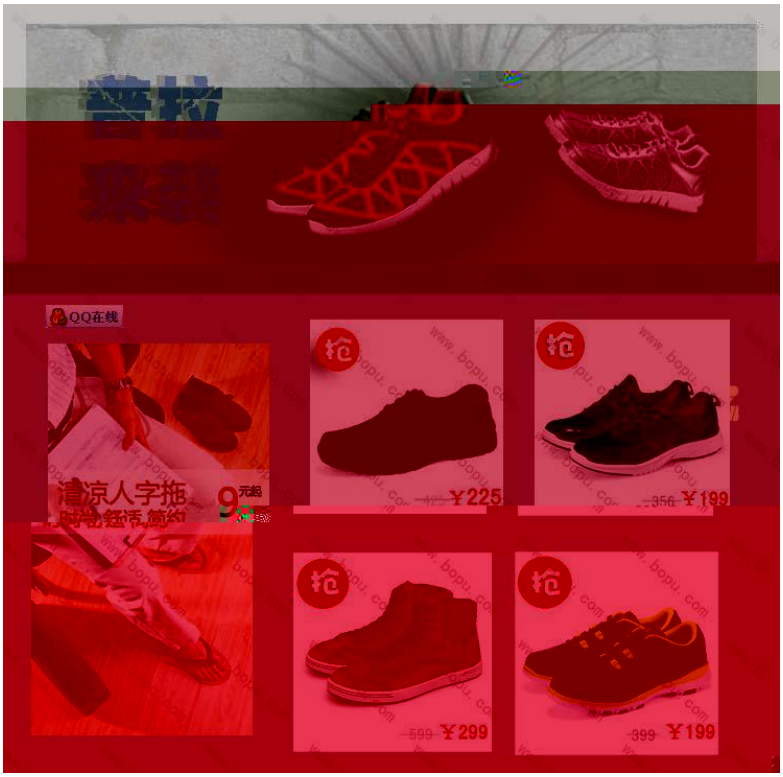
彩妆系列

©版权所有 米婷日化

QQ在线

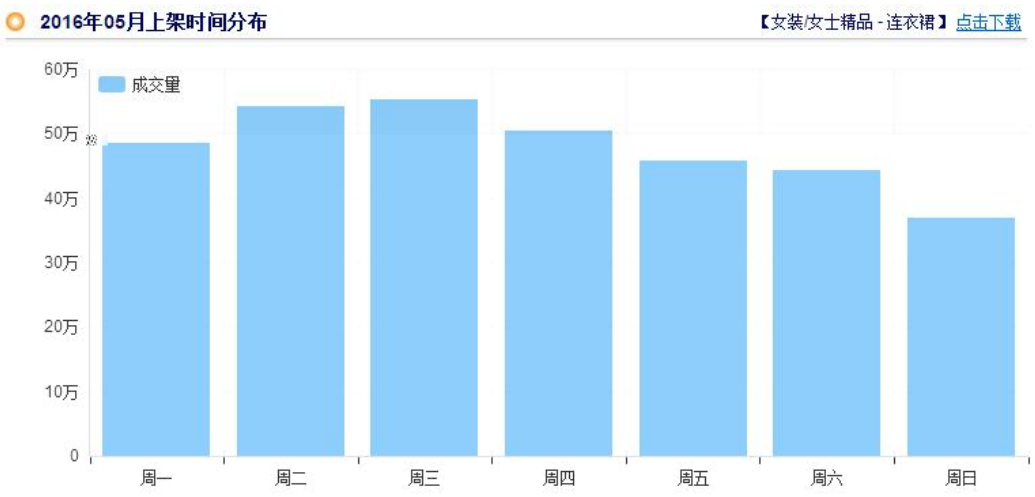
-
-
-

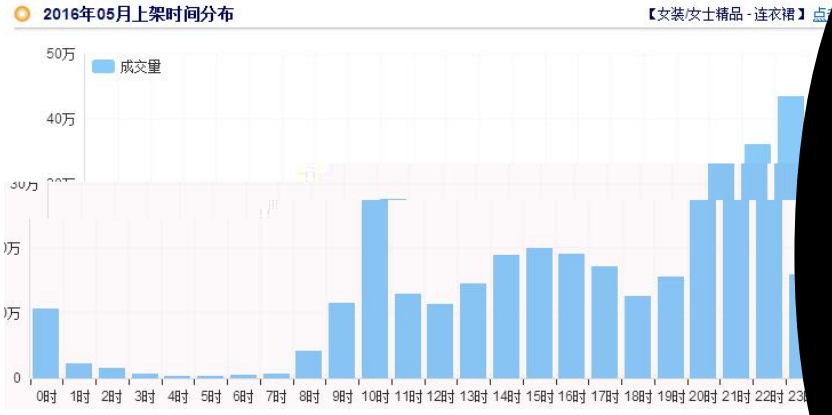

Hit Summer Design
WWW.HITSUMMER.COM
客服
关于我们
服务
价格
联系我们


普拉
QQ在线
清凉人字拖
抢
抢
抢
抢
￥225
￥199
￥299
￥199

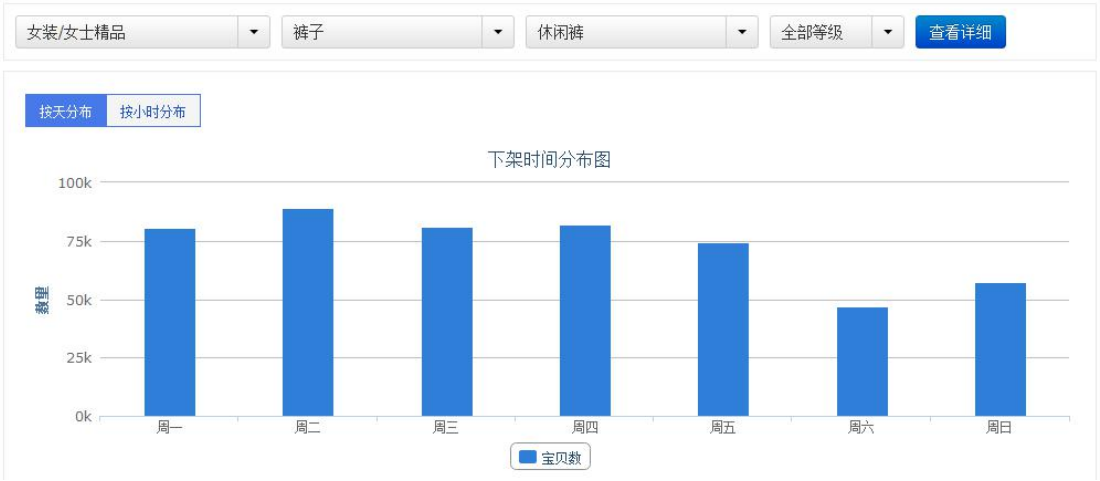
~~356~~ ￥199

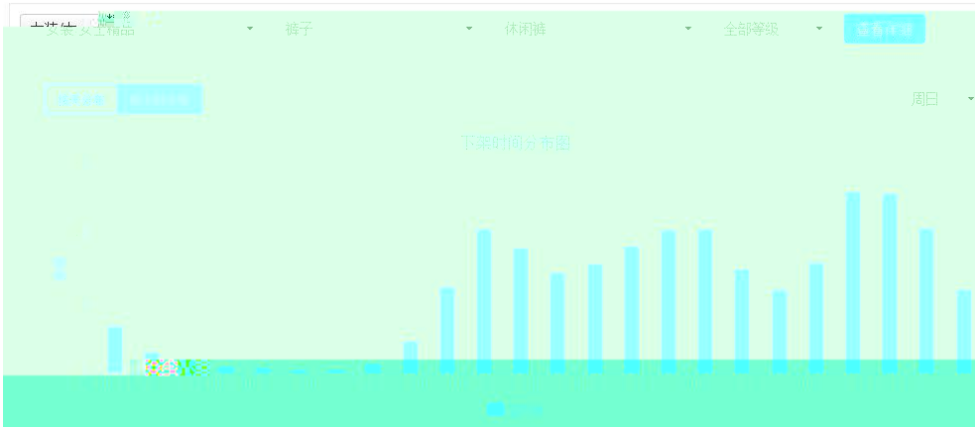
QQ在线

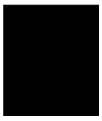

2016年05月上架时间分布
【女装/女士精品 - 连衣裙】点击下载
成交量
60万
50万
40万
30万
20万
10万
0
周一
周二
周三
周四
周五
周六
周日

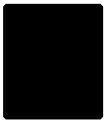

2016年05月上架时间分布
【女装/女士精品 - 连衣裙】
50万
40万
成交量
0
0时 1时 2时 3时 4时 5时 6时 7时 8时 9时 10时 11时 12时 13时 14时 15时 16时 17时 18时 19时 20时 21时 22时

 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


女装/女士精品
裤子
休闲裤
全部等级
查看详情
周日
下架时间分布图



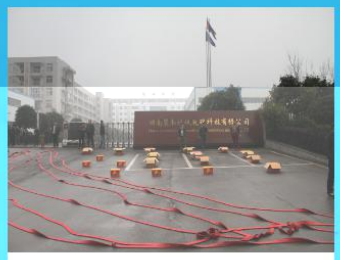


基础数据
交易数据
销售量走势
价格变化
标题变化
买家统计
使用帮助
逐鹿软件
淘小鹿
逐鹿博客
日变化
周变化
月变化
显示笔数
显示销量
100
90
80
70
60
50
40
30
20
10
0
10-21 10-26 10-29 10-31 11-01 11-02 11-03 11-04 11-05 11-06 11-07 11-09 11-10 11-11 11-12 11-13 11-14 11-15 11-16 11-17 11-18 11-20
1 1 3 3 7 4 2 1 16 10 2 6 5 1 27 1 4 1 2 2 1 1
序号 时间 销量 笔数
1 2015-10-21 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

怡清源
安化三砖

Camellia
Tea
Oil

公司动态　新闻视频　行业信息



			ba d		ALEXA

兴元自动售货机
XINGYUAN
销售热线：0731-81820822
全国统一电话：400-100-2229
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
SALE
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

SEO 4-2

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

			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
指标：
浏览量(PV)
分日
分周
分月
节假日
5
4
3
2

○
○

Changsha Zhengya Chemical co. LTD
长沙正亚化工有限公司
正亚化工
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
ONLINE CONSULTATION

			ba d		ALEXA

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
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
智慧校园集
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

○	

最后一页

			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
指标：
浏览量(PV)
分日
分周
分月
节假日
5
4
3
2

○
○

			ba d		ALEXA

九芝堂

●源自1650年●

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

			ba d		ALEXA

○	