目录

[1 客户精益服务 2](#_Toc501484083)

[1.1 产品导向的销售分析 2](#_Toc501484084)

[1.1.1 产品效益贡献度 2](#_Toc501484085)

[1.1.2 产品退货率 2](#_Toc501484086)

[1.1.3 产品同比需求变化率 2](#_Toc501484087)

[1.2 季度业绩导向的销售分析 2](#_Toc501484088)

[1.2.1 季度销售百分比 2](#_Toc501484089)

[1.2.2 销售同比变化率 2](#_Toc501484090)

[1.3 客户导向的销售分析 2](#_Toc501484091)

[1.3.1 客户效益评估 2](#_Toc501484092)

[1.3.2 客户信誉评估 2](#_Toc501484093)

# 客户精益服务

客户精益服务的宗旨是提升销售部门的工作质量，为公司与客户之间建立更紧密的合作关系。本章节拟根据历史销售数据，来对销售数据进行各个维度的归档与分类，最终实现以三个维度的销售数据分析，进而通过分析结果服务于销售部门的工作，销售部门作为公司产品与外界客户之间的枢纽，在为客户提供精益服务起到最为重要的作用。并对直接影响公司运营与生产的重要参量进行预测。该主题的内容整体结构如下：



## 产品导向的销售分析

### 产品效益贡献度

### 产品退货率

### 产品同比需求变化率

## 季度业绩导向的销售分析

### 季度销售百分比

### 销售同比变化率

## 客户导向的销售分析

### 客户效益评估

### 客户信誉评估