

## 【跨境电商客户管理】

### 【Cross-border e-commerce customer management】

#### 一、基本信息

课程代码:【1060015】

课程学分:【2】

面向专业:【电子商务】

课程性质:【系级选修课】

开课院系: 商学院电子商务系

使用教材:

教材

参考书目【跨境电商: 平台规则+采购物流+通关合规全案, 农家庆, 清华大学出版社 第一版】

【跨境电商客服——阿里巴巴速卖通宝典, 速卖通培训中心, 电子工业出版社 第一版】

【在线客户价值管理, 井然哲著, 清华大学出版社 第一版】

课程网站网址:

先修课程:【跨境电子商务 2060733 (2)】

#### 二、课程简介

跨境电子商务课程为电子商务专业选修课程, 主要面向电子商务专业本科三年级学生。是在学习跨境电子商务基础之上, 一门旨在培养学生从事跨境电商运营时, 能结合所学知识灵活地处理常见的客户服务问题和客户管理的课程。是从事对外贸易、跨境电商等相关岗位所必须掌握的基本应用知识与技能, 属于知识实践一体化的课程。通过本课程学习, 学生能理解相关法律法规和监管, 熟悉主流出口跨境电商平台的运营规则, 能综合运用英语开展基本的跨境电商客户服务维护工作, 掌握基本的跨境电商客户服务技巧, 通过模拟操作和理实一体化的教学方式, 培养学生诚实守信的职业素养、吃苦耐劳的工匠精神、良好的团队合作精神和集体意识, 在学习活动中掌握较好的跨文化知识和沟通技巧。

#### 三、选课建议

本课程适合电子商务本科专业的学生在第六学期学习, 电子商务系学生毕业以后将普遍从事和客户直接打交道的工作, 学习了这门课程, 有助于确立以客户为中心的服务理念, 获得正确处理与客户之间的关系的方法与技术, 掌握客户关系的建立、提升、维护和挽救的知识与技巧, 并能在将来运用于实践工作, 提高自己的工作能力和工作水平。学习该课程前学生应该具有一定的计算机应用基础知识, 同时对跨境电子商务、网络营销和经济学知识有所了解。

#### 四、课程与专业毕业要求的关联性

| 专业毕业要求  | 关联 |
|---|----|
| L011: 理解他人的观点, 尊重他人的价值观, 能在不同场合用书面或口头形式、清晰流畅的表达自己的观点, 并进行有效沟通。                  | :  |
| L021: : 学生能根据自身发展需要、电商行业发展需要, 确定自己的学习目标, 并主动地通过搜集信息、分析信息、讨论、实践、质疑、创造等方法来实现学习目标。 | ●  |
| L031: 熟悉管理、经济、会计、财务等知识, 具有电子商务项目管理能力  |    |
| L032: 熟悉电子商务发展情况, 具备网店项目策划、推广、运营和实施能力   |    |
| L033: 具有系统分析能力和电子商务网站规划、设计、建设与维护能力  |    |
| L034: 能够对商务数据进行分析与应用  |    |
| L035: 熟悉跨境电子商务的环境、风险, 能够从事跨境电商的相关活动。  | :● |
| L041: 遵守纪律、守信守责; 具有耐挫折、抗压力的能力。(“责任”为我校校训内容之一)                                   |    |
| L051: 同群体保持良好的合作关系, 做集体中的积极成员; 善于从多个维度思考问题, 利用自己的知识与实践来提出新设想。                   |    |
| L061: 具备一定的信息素养, 能够熟练操作常用办公软件, 并能在工作中应用信息技术解决问题。                                |    |
| L071: 愿意服务他人、服务企业、服务社会; 为人热忱, 富于爱心, 懂得感恩(“感恩、回报、爱心”为我校校训内容之一)                   |    |
| L081: 具有基本的外语表达沟通能力与跨文化理解能力, 能够阅读专业外文资料, 有国际竞争与合作的意识。                           | ●  |
|   |    |

备注: LO=learning outcomes (学习成果)

## 五、课程目标/课程预期学习成果

| 序号 | 课程预期学习成果 | 课程目标<br>(细化的预期学习成果)  | 教与学方式                                   | 评价方式   |
|----|----------|--|---|--------|
| 1  | LO211    | 1. 通过精选典型案例, 有机地将相关知识点融合到课程中, 让学生对跨境客户关系管理问题产生浓厚兴趣, 提高其学习的积极性与主动性, 从而完成跨境客户关系的开发报告     | 课堂讨论<br>教师讲授, 学生讨论<br>教师布置任务, 学生课堂和课后完成 | 案例分析报告 |
| 2  | LO351    | 掌握课程相关知识理论的基础之上, 进一步学习关于关系客户的选择、客户关系的建立、客户关系的提升、客户关系的维护、客户关系的挽救等方面的理论知识, 能够依据数据资料, 分析网 | 课堂讨论<br>教师讲授, 学生讨论<br>教师布置任务, 学生课堂和课后完成 | 课程论文   |

|   |       |   |      |      |
|---|-------|---|------|------|
|   |       | 络消费者的行为偏好,设计有针对性的营销策略   |      |      |
| 3 | LO811 | 客户关系管理的目标是通过和客户的交流互动,加深双方的了解,建立双方的信任和合作关系,以实现互利共赢的目的。在学习本课程的过程中,需要学生明白诚实守信、信守承诺的重要性,并学到一些灵活处理人际关系的技巧。以独特的个性化的方式建立和精心维护关系。增强国际竞争与合作的意识 | 课堂讨论 | 课堂提问 |

## 六、课程内容

### 第1单元 跨境电商客户服务概述 理论课时4 实践课时0

教学内容:

- 1.1 客户关系管理理念
- 1.2 客户关系管理技术
- 1.3 跨境电商客户关系管理概述

知识要求:

- ① 理解客户关系管理的理念
- ② 理解客户关系管理的理念
- ③ 了解跨境电商客户关系管理的主要内容和要求

能力要求:

- ① 能运用电子商务客户关系管理的基础知识认知和理解客户关系管理的概念和重要性;

课程思政:

中国跨境电商的发展与全球经济的关系, 中华关系文化与客户关系管理的内在联系

教学难点:

客户终生价值; 关系营销, 一对一营销; 客户感知价值。

### 第2单元 跨境电商客户概况分析 理论课时2 实践课时2

教学内容:

- 2.1 跨境客户的特点
- 2.2 主要国家跨境客户特点分析

知识要求:

- ① 了解选择跨境客户的意义

② 熟悉跨境客户的类型和企业客户关系的类型

③ 掌握主要国家跨境客户的特点

能力要求:

① 能够运用所学知识确定跨境客户的类型及状态;

② 能够根据跨境客户选择的而选择“好客户”

课程思政:

通过“一带一路”相关案例向同学们展示我国在推动经济全球化中更加开放、包容、普惠、平衡、共赢的发展方向,使同学们感受到跨境电商新业态的发展为我国从世界贸易大国向世界贸易强国的历史性转变贡献的力量

教学难点:

跨境客户选择的指导思想

### **第3单元 跨境电商客户细分与生命周期 理论课时2 实践课时2**

教学内容:

3.1 客户细分

3.2 客户行为分析与价值评估

3.3 客户生命周期

知识要求:

①理解客户分析指标的含义

②了解 RFM 模型的用处

③掌握客户生命周期不同阶段的管理办法

能力要求:

①能够运用生命周期不同阶段的管理办法和模型划分客户并选择对应的营销方案;

课程思政:

培养学生创新意识、商业伦理意识、行为规范和社会责任

教学难点:

RFM 模型使用

### **第4单元 客户信息收集与分级**

**理论课时1 实践课时3**

教学内容:

4.1 客户信息收集

4.2 客户的分级

知识要求:

①了解跨境客户信息收集的内容,掌握收集客户信息的渠道

②熟悉跨境客户信息档案的基本形式,掌握建立跨境客户信息档案的方法

③了解跨境客户信息档案的内容

能力要求:

①能够运用所学知识收集跨境客户相关信息;

②能够设计跨境客户档案信息表,建立客户信息档案,完成等级制定和划分;

课程思政:

培养学生创新意识、规则意识、行为规范和社会责任

教学难点:

客服等级分配的制定

### 第5单元 客户关系的提升

理论课时 1 实践课时 3

教学内容:

5.1 提升客户满意度

5.2 提升客户忠诚度

知识要求:

①正确理解跨境客户满意的理念,掌握影响跨境客户满意的因素,掌握让跨境客户满意的策略和工作方法;

②正确理解跨境客户忠诚的理念,掌握影响跨境客户忠诚度的因素;掌握让跨境客户忠诚的策略和工作方法

能力要求:

①能够运用所学策略和方法,初步具备为跨境客户提供满意服务的能力;

②能够运用所学策略和方法,初步具备实现跨境客户忠诚提供满意服务的能力

课程思政:

培养学生职业道德素养

教学难点:

影响跨境客户维护的因素

### 第6单元 跨境客户品牌管理

理论课时 2 实践课时 0

教学内容:

6.1 跨境客户的品牌定位

6.2 如何打造跨境品牌

6.3 跨境品牌管理价值

知识要求:

①掌握品牌含义及跨境电商品牌化的原因和品牌定位的原则;

②理解跨境品牌形象设计,掌握跨境品牌产品规划和定价推广策略

③掌握跨境品牌管理的价值

能力要求:

①能运用技巧有效对应选品环节的品牌管理；

②能合理设计跨境品牌形象，能灵活使用社交媒体推广跨境品牌，能综合应用技巧和方法进行跨境品牌打造；

③能合理应用跨境品牌管理策略实施跨境品牌管理

课程思政：

培养学生树立民族自信、文化自信、培养学生的跨境品牌意识，培养学生不怕失败，勇于尝试的探索精神

教学难点：

跨境品牌管理的管理和具体实践方法

### 第7单元 客户关系纠纷、挽回的沟通

理论课时4 实践课时6

教学内容：

7.1 跨境客户沟通

7.2 跨境客户的纠纷、挽回

知识要求：

①了解并分析客户关系破裂的原因

②理解并掌握挽救客户关系的策略

能力要求：

①能够根据企业特点进行有效的跨境客户沟通，并正确处理客户投诉挽救客户关系；

课程思政：

培养学生沟通中，树立“爱国、守法、诚信”的社会主义核心价值观；培养学生防微杜渐的“危机”意识

教学难点：

客户关系破裂的原因；挽救客户关系的策略

### 七、课内实验名称及基本要求

| 序号 | 实验名称         | 主要内容   | 实验时数 | 实验类型 | 备注 |
|----|--------------|--|------|------|----|
| 1  | 客户关系选择与建立    | 客观和全面介绍一家跨境电商店铺建立客户关系的做法并撰写《XX店铺建立跨境客户关系的开发报告》           | 4    | 综合型  |    |
| 2  | 跨境客户的抱怨与纠纷处理 | 总结跨境电商店铺运营中客户抱怨的原因，并以此制定相对应的措施。并能提出有效的预防跨境电商各环节的客户纠纷的措施。 | 6    | 综合型  |    |
| 3  | 跨境电商客户画像     | 大数据驱动下的电子商务客户画像与精准营销虚拟仿真实验                               | 6    | 综合型  |    |

|  |  |    |    |  |  |
|--|--|----|----|--|--|
|  |  | 合计 | 16 |  |  |
|--|--|----|----|--|--|

## 八、评价方式与成绩

| 总评构成 (X) | 评价方式               | 占比 (%) | 评测的毕业要求/<br>指标点编号     |
|----------|--------------------|--------|-----------------------|
| X1       | 课堂表现 (出勤率及课堂互动)    | 10%    | LO211/LO351/L<br>O811 |
| X2       | 跨境电商客户画像实验         | 25%    | LO211/LO351/L<br>O811 |
| X3       | XX 店铺建立跨境客户关系的开发报告 | 25%    | LO211/LO351/L<br>O811 |
| X4       | 课程论文               | 30%    | LO211/LO351/L<br>O811 |

撰写人：张江

系主任审核：

张江

时间：2023.2.1

时间：2023.2.1