

經濟日報企管副刊 <節流高手> 941207

A16 版 ERA 剪報資料

〈節流高手〉

不要沒賺頭的客戶

■葉益成

應竭盡所能留住，沒賺頭的客戶，則應敬而遠之。

企業留住一位長期無賺頭的客戶，要耗費的成本，可能比斷然退錢，不做他的生意高很多。企業必須體認，一味爭取客戶、追求市場占有率，並非明智之舉。

泓廷音響公司賣了一台床頭音響給一位客戶，這位顧客三天兩頭打電話來，從詢問簡單的功能到瑣碎費時的技術支援和性能擴充。泓廷分析客服紀錄，計算服務成本，發現此客戶的成本遠高於平均值，這筆生意的獲利率明顯偏低，且因這位客戶持續打電

話來，淨利仍下降中。

在「顧客至上」、「以客為尊」的思維下，我們常被催眠「顧客永遠是對的」，也常自問「能為顧客客做什麼？」事實上，以營利為目的的企業應該探討的是「這個客戶到底對我有何貢獻？」能讓企業獲利的客戶，

銀行的財富管理和航空公司的貴賓俱樂部，就是把有限的服務資源分配給對有高獲利貢獻的客戶。評估每一位客戶的獲利貢獻度，以此為基礎決定資源分配，甩掉對企業獲利沒貢獻的客戶，即可降低客戶服務的成本。

客戶獲利性的評估，不僅能協助企

業以不同的處理方式節省客服成本，更可留住對企業盈餘有高度貢獻的好客戶。

（作者是ERA穀業國際組織亞洲區負責人暨中華穀業總裁，中華成本管控學會理事長。

www.expense-reduction.com.tw）