

誰是客戶？

2023-7-25 簡煥然

今天在泵浦廠討論到一個議題：如何發掘顧客未來的潛在價值，並投入適當資源加以實現。

一家企業都會有主要產生價值的客戶，20%的客戶產出 80%的利潤，也就是經營者需要辨認出哪些客戶其本身業務會有潛力並在未來給予企業所需的高額利潤訂單，例如：郭台銘在賈伯斯回到蘋果後，就對賈伯斯承諾會給予蘋果新產品在製造上的最大支持，後來蘋果開始推出 IPHONE 系列產品而鴻海也因此獲得巨額訂單。

為企業未來產生足夠利潤是經營者的天職，這是勞心勞力的工作，經由人脈才能了解客戶內部的狀況，再加上產品相關性，例如泵浦的銷售機會，自然可以排出最有潛在價值的客戶，並投入更多人力來建立服務管道，如鴻海與蘋果間的關係，這樣就能對企業奠下未來發展基石。