

<<客户服务部规范化管理工具箱>>

图书基本信息

书名：<<客户服务部规范化管理工具箱>>

13位ISBN编号：9787115219138

10位ISBN编号：7115219133

出版时间：2010-1

出版时间：人民邮电出版社

作者：王宏

页数：244

字数：180000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<客户服务部规范化管理工具箱>>

前言

“弗布克1+1管理工具箱系列”上市三年来，赢得了数十万读者的广泛关注。他们对本系列图书的全面性、针对性、实用性、方便性给予了高度评价，同时针对书中存在的问题提出了建设性的改进意见。

应广大读者的建议和要求，我们修订了初版14本图书中的10本，并增加了5本，使本套图书在总量上不断扩大。

改版的10本图书中，我们将读者反映的问题进行了校正，对部分内容作了修改、删除和增补。新增的5本图书包括《综合管理部规范化管理工具箱》、《技术研发部规范化管理工具箱》、《设备部规范化管理工具箱》、《培训部规范化管理工具箱》和《项目部规范化管理工具箱》。希望我们的这两次努力能为读者的工作带来更多的方便。

把规范化管理落实到部门，进而落实到部门的每一个岗位和每一件工作事项上，是企业工作高效执行的前提，也是建立精细化管理体系的有力举措。

只有层层实行规范化管理，人人有事干，事事有规范，办事有流程，工作有方案，才能提高企业的整体管理水平，从根本上提高企业的执行力，增强企业的竞争力。

“弗布克1+1管理工具箱系列”（1本书配1张光盘），以企业规范化管理为中心，立足于企业各个部门的管理实践，针对某一个部门、某一个岗位、某一类事件的管理问题，提供了企业各个部门规范化运作的系统工具，实现了“职责+制度+表格+流程+方案”五位一体的解决方案。

本系列图书可以作为企业各个部门实施规范化管理的操作手册，也可以作为企业各个部门和各个岗位人员进行自我咨询和自我管理的重要辅助资料。

“弗布克1+1管理工具箱系列”包括人力资源部、行政部、市场营销部、客户服务部、生产部、质量管理部、财务部、采购部、仓储部、产品管理部、综合管理部、技术研发部、设备部、培训部、项目部15大部门和酒店宾馆、商场超市、物业公司、物流公司四类企业的规范化管理内容体系。

我们诚挚地感谢广大读者对本系列图书一如既往的关注和支持，感谢广大读者对本次改版修订和内容扩充工作提供的有效建议。

由于时间仓促，本系列图书中可能仍有不足之处，欢迎广大读者继续批评指正，以便于我们再次改版时做得更好，读者用起来更方便。

<<客户服务部规范化管理工具箱>>

内容概要

这是一本关于客户服务部规范化管理的实务性工具书，本书细化了客户服务部各个岗位的工作事项，并给出了相关的职责、制度、表格、流程和方案。

全书内容包括客户调查与开发、客户关系管理、大客户管理、售后服务管理、客户投诉管理、客户信息管理以及呼叫中心管理七个方面的内容。

作者将工作职责与制度，工作流程与工作方案相结合，很好地突出了本书的工具特色。

本书适合企业客户服务部工作人员、企业培训师、企业咨询师以及高校相关专业师生阅读和使用。

。

<<客户服务部规范化管理工具箱>>

书籍目录

第一章 客户服务部组织结构与责权	第一节 客户服务部职能与组织结构	一、客户服务部
职能	二、客户服务部组织结构	二、客户服务部职责
二、客户服务部权力	第二节 客户服务部责权	一、客户服务部职责
二、客户服务部主管岗位职责	第三节 客户服务部管理岗位职责	一、客户服务部经理岗位职责
责	第二章 客户调查与开发管理	第一节 客户调查与开发岗位职
职责	一、客户调查主管岗位职责	二、客户调查专员岗位
管理制度	二、客户开发主管岗位职责	三、客户调查专员岗位
二、客户调查实施办法	第二节 客户调查与开发管理制度	一、客户调查管
第三节 客户调查与开发管理表格	三、客户开发管理制度	四、客户开发激励制度
客户需求调查表	一、客户调查计划表	二、客户信息调查表
四、客户信用调查表	二、客户调查实施	三、
五、调查分析报告表	三、客户调查管	四、客户开发计划表
六、客户开发计划表	四、客户调查管	一、客户调查管
七、客户开发记录表	第五节 客户调查与开发管理流程	一、客户调查管
二、客户信用调查流程	一、客户调查管	二、客户调查管
三、客户开发管	二、客户调查管	三、客户调查管
、企业客户调查方案	三、客户开发管	四、客户调查管
二、客户满意度调查方案	三、客户开发管	五、客户调查管
三、客户开发管	三、客户开发管	六、客户调查管
第一章 客户关系管理	第一节 客户关系管理岗位职责	一、客户关系管
第一节 客户关系管	一、客户关系管	二、客户关
系专员岗位职责	第二节 客户关系管理制度	一、客户关系管
二、客户关	一、客户关系管	二、客户关
访管理制度	三、客户拜访区域规划制度	三、客户关
四、客户回	四、客户回	四、客户关
五、客户参	五、客户参	五、客户参
观接待	六、客户招待用餐管理制度	六、客户参
管理	七、客户接待费用管理制度	六、客户参
第三节 客户关	七、客户接待费用管理制度	七、客户参
系管理表格	一、客户分类表	七、客户参
一、客户分	二、客户分析表	七、客户参
二、客户分	三、客户分级表	七、客户参
级表	四、重点客户统	七、客户参
四、重点客	五、问题客户对策表	七、客户参
户统计	六、客户关系评估表	七、客户参
七、客户联	七、客户联	七、客户参
络管理	八、客户	七、客户参
八、客	九、客户招待管理表	七、客户参
户拜访管	十、礼品馈赠管理表	七、客户参
理表	第四节 客户关系管	七、客户参
理流程	一、客户关系管	七、客户参
一、客户关	二、客户拜	七、客户参
系维护流	三、客户接	七、客户参
程	四、	七、客户参
二、客户	五、客户招	七、客户参
拜访区域	五、客户招	七、客户参
规划流	五、客户招	七、客户参
程	五、客户招	七、客户参
三、客户	五、客户招	七、客户参
接待管	五、客户招	七、客户参
理流程	五、客户招	七、客户参
四、	五、客户招	七、客户参
客户参	五、客户招	七、客户参
观接待方	五、客户招	七、客户参
案	五、客户招	七、客户参
二、客户	五、客户招	七、客户参
关系促进	五、客户招	七、客户参
方案	五、客户招	七、客户参
第四章 大	五、客户招	七、客户参
客户管	五、客户招	七、客户参
理	五、客户招	七、客户参
第五章 售	五、客户招	七、客户参
后服务管	五、客户招	七、客户参
理	五、客户招	七、客户参
第六章 客	五、客户招	七、客户参
户投诉管	五、客户招	七、客户参
理	五、客户招	七、客户参
第七章 客	五、客户招	七、客户参
户信息管	五、客户招	七、客户参
理	五、客户招	七、客户参
第八章 呼	五、客户招	七、客户参
叫中心管	五、客户招	七、客户参
理	五、客户招	七、客户参

<<客户服务部规范化管理工具箱>>

章节摘录

第一节 客户服务部职能与组织结构 一、客户服务部职能 企业的客户服务部的主要职能是：通过制定客户服务原则与标准，拟订标准的服务工作流程，设计客户服务措施并推进、协调企业内部各部门间的工作，为客户提供优质服务，进而塑造和维护企业良好的形象与声誉，为企业赢得竞争优势，使每一位客户成为企业的忠实伙伴。

(一) 总体职能 1.客户调查与开发管理：根据企业经营的需要，通过组织开展客户调查活动了解企业各类客户的各方面情况，为企业开发潜在客户，提供满足客户需要的产品以及服务等提供依据。

2.客户关系管理：通过建立和完善客户服务系统，不断改进客户服务方式，为企业赢得良好的口碑，进而巩固和加强企业与客户间的关系，为企业的销售工作提供支持。

3.大客户管理：成立专门的大客户服务小组，为企业的大客户量身打造个性化的服务模式，提供有针对性的全方位服务，进而保证与大客户稳定的合作关系，提高企业经营利润。

4.售后服务管理：建立售后服务管理制度及规范，组织实施企业售后服务的各项工作，履行承诺，解决客户问题，提高客户的满意度和忠诚度。

5.客户投诉管理：制定和完善客户投诉管理规范；运用合理的投诉处理技巧消除客户的不满，避免企业与客户间发生误会，为企业的经营和销售活动营造最佳的外部环境。

6.客户信息管理：建立客户资料管理系统，对客户各方面资料进行及时的收集、汇总，分类建档，并针对特殊客户进行分析，为销售策略的制定、客户服务策略的完善提供依据。

7.呼叫中心管理：通过建立先进的呼叫中心系统及合适的业务模式，有效地为客户提供高质量、高效率、全方位的服务，提高客户服务工作效率；同时，进一步协调企业的内部管理，协助企业市场营销和销售工作的开展。

<<客户服务部规范化管理工具箱>>

编辑推荐

管理每个部门&让部门规范化动作的解决方案 职责+制度+表格+流程+方案 职责 人人
有职责 制度 事事有制度 表格 执行有表格 流程 办事有流程 方案 工作有方案

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>