

<<客户经理案例>>

图书基本信息

书名：<<客户经理案例>>

13位ISBN编号：9787300049656

10位ISBN编号：7300049656

出版时间：2003-10

出版单位：人民大学

作者：朱利 吴晓求

页数：231

字数：202000

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>

## &lt;&lt;客户经理案例&gt;&gt;

## 内容概要

客户经理制的诞生是证券市场发展的一个里程碑，它标志着客户进入了券商的视野，而只有证券市场的市场化发展到一定阶段，打破了垄断以后，券商才会有动力、有意识去研究顾客，以求比竞争对手更好地满足顾客的需求，赢得顾客的忠诚。

客户经理制本质上是一个价值创造体系，其核心是为客户创造价值。公司经营策略的制定、资源的配置、核心能力的培育、产品或服务的设计、业务流程的再造、文化的培育等都围绕着顾客的价值创造进行。而这个价值创造体系始于顾客，终于顾客。客户经理作为公司价值创造的起点，首先要开发客户、了解客户的需求、分析客户的价值，将客户的信息及时、准确、完整地传递给产品或服务开发部门，并最终将公司所创造的产品或服务直接传递给顾客。所以，客户经理在整个价值创造体系中起着至关重要的作用。客户经理的素质、能力直接决定着价值创造体系的质量，并最终决定着公司的竞争力。

作为一名客户经理，到底需要什么素质、能力？应具备的职业技能是什么？需要什么样的知识体系的支撑？其职业生涯的前景如何？如何对自己的职业生涯进行合理定位？如何进行有意识的修炼以获得职业的成功？这些都是客户经理应该经常思索的问题。

正像证券行业是个年轻的、充满活力的行业一样，证券从业人员也是一支由年轻人组成的队伍，他们充满热情、对成功充满着渴望。我们期待着他们获得成功。我们不仅仅希望在他们成功之后为之鼓掌、喝彩，更希望能在他们的奋斗之路上点上一盏灯，送上一些必要的给养，为他们加油鼓劲。

我们选编的这本《客户经理案例》是年轻的客户经理们在对客户经理制知识进行系统学习之后，根据他们亲身的经历或发生在他们身边的事情写出的案例，这些案例真实地记录了客户经理们充满艰辛的、不断探索的成长历程。应该说，这些案例没有令人唏嘘的惊人之举，文笔还嫌稚嫩，体会也尚欠深刻，但是，它们却可以为我们搭建一个共同探讨的、开放的平台，让我们共同思考解决问题之道。

读这本案例，就像是在一个阳光明媚、云淡风轻的冬日，来自四面八方的挚诚好友围坐在一起，慢慢地品着茶，啜饮着咖啡，谈着各自周围发生的一切，轻声慢语，娓娓道来，有的在诉说对职业成功的渴望，有的在发出对职业艰辛的感慨，更多的是在探求问题的解决之道……大家都在真诚地、坦荡地、毫无顾忌地向朋友们诉说工作中的烦恼，毫无掩饰地与朋友共享工作中的经验。在这里，躁动的心似乎也变得宁静了，大家静静地感受着市场律动的脉搏，思考着自己职业生涯的设计。

而我们，就像这个聚会的组织者。我们期望，朋友们对成功的渴望会带给你激励，唤起你的职业荣耀之感；朋友们对自己职业生涯的设计，会令你重新思考自己的职业定位，判断自己的素质、技能是否能适应职业的发展；朋友们所谈的服务理念会令你豁然开朗，犹如拨云见日；朋友们细细道来的对问题的分析方法，在不经意间会留在你的记忆中，使你通过日后的习练，工作更得心应手；而朋友们对客户问题的解决之道会给你更多的启示，会使你对久萦于怀而一直找不到答案的问题恍然若悟……

<<客户经理案例>>

书籍目录

第一篇 职业理想与职业素养 第一章 树立职业理想 确定职业理想 寻找榜样和竞争对手 客户经理的素养 第二章 提高自身修养 自我修炼法则 创造自己的制胜法宝 转变经营理念是根本 第二篇 开发客户 第三章 发现客户 客户信息的来源 如何运用客户信息资源 第四章 了解客户 一见钟情的秘诀 客户是一本书 第五章 获得客户的信赖 沟通技巧 维系关系的方法 第三篇 服务客户 第六章 服务理念 以服务获得忠诚 营销锦囊 大服务的理念 第七章 挖掘客户的潜在价值 发现新的市场机会 为客户提供个性化的服务 把低价值客户培养成高价值客户 把“蛋糕”做大 第八章 如何成为解决问题的高手 发现问题是好的开始 调和异议与分歧 解决客户投诉的方式与方法 在逆境与挫折中的生存法则 第四篇 客户经理的职业生涯规划 第九章 客户经理的不同角色 第十章 客户经理的管理 第十一章 通向明天的路 第十二章 成功者的经验

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>