第一图书网, tushu007.com

<<关键客户管理要点>>

图书基本信息

第一图书网, tushu007.com

<<关键客户管理要点>>

内容概要

是什么促使你拿起这本书的呢？
也许你已经在参与关键客户管理方面的工作，但却发现大家对于如何识别客户并没有一个清晰、统一、普遍认可的看法，甚至现有的识别方法压根就是错误的。
也许根本就没有什么识别的过程——大家只是想当然地认为：关键客户就是大客户。
不论你自己属于哪种情况，总之它让你心烦意乱、寝食难安。
　关键客户的选择过程中其实充满着危险的陷阱——不过所有这些，本书都将为你一一指出。
而且，即便你自己通过选择已经清楚了哪些客户应该另眼相待，但其他人是否也同意你的看法？
如果他们不同意，你会发现，任何意在加强这些客户关系的行动，实施起来都是困难重重。
　本通将通过一个由十个步骤组成的客户选择流程，帮助你克服这些问题，以及其他很多可能出现的问题。
本书行文简明、实用、直奔主题。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

彼得·切维顿是英国INSIGHT市场营销与人力管理咨询公司的经理。
该公司致力于为企业提供市场营销及关键客户管理领域的培训和咨询服务。
它的客户遍及全球30多个国家，其中既有国际化大公司，也有私营小企业。
AstraZeneca、Avecia、BP、BT、Dow Corning、Dulux、杜邦、Glaxo

第一图书网, tushu007.com

<<关键客户管理要点>>

书籍目录

绪言——写在动手之前 合理分配资源 赢得一致认可 10个要点要点1 设定目标 KAM的一般定义 为什么KAM如此重要，而且需要马上施行？
可能的目标要点2 了解你的资源 三种“销售”模式要点3 组建选择团队 理想的团队 团队的构成 团队规模 明确的目标 时间安排要点4 寻找市场机会 市场流程图 “首个电话争夺战”要点5 制定营销计划与细分市场计划 细分市场 市场细分与营销组织 市场细分的好处 市场细分与关键客户 一个客户一个细分市场 如何进行市场细分要点6 关键客户识别与选择矩阵（KAISM） 关于DAISN矩阵 KAISM矩阵的目的与好处 管理四类客户——投资组合 客户管理计划 辅助软件要点7 客户吸引力 吸引力影响因素的类型 吸引力评价流程 工作进程 选择的六个关键因素 设定评分标准 分栩权重 评分、加权与排序要点8 相对优势……要点9 选择与沟通要点10 检查、检查、再检查要点11 接下来的工作是……

第一图书网, tushu007.com

<<关键客户管理要点>>

编辑推荐

“谢天谢地，终于有一本真正立足于企业具体实践的管理书籍了。
它确实是一个非常出色的指南，可以引导你成功地进行关键客户的识别和选择——你的公司最为重要的投资决策之一。
”——马尔科姆·麦克唐纳教授　　请跟随彼得·切维顿脉络清晰、步步推进的客户识别过程，从中了解如何去设定、沟通和实现KAM的各个关键目标。
　　如果你正在参与关键客户管理方面的工作，也许你有时会感到忧虑，担心自己识别客户的方式不够清晰、不易共享、不被认可或者全然不对。
甚至，识别的过程已经被完全忽略了……但如果没能识别出谁是关键客户，谈何对它们进行管理？
　　彼得·切维顿以简明、直白的风格，用士个步骤展现了选择关键客户的全过程。
通过阅读本书，你将学会：　　·在竞争激烈的环境中为西客户；　　·获得新客户，促进业务增长；　　·统一管理全球或者地区的客户；　　·创造一个有着良好客户关系的公司；　　·实现高效的运营。

第一图书网, tushu007.com

<<关键客户管理要点>>

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