

<<客户关系管理实训>>

图书基本信息

书名：<<客户关系管理实训>>

13位ISBN编号：9787504556004

10位ISBN编号：7504556009

出版时间：2006-6

出版时间：中国劳动社会保障出版社

作者：杨莉惠 主编

页数：178

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>

<<客户关系管理实训>>

前言

为了满足高职高专教学改革和培养高等技术应用型人才的需要，解决高职高专缺乏一体化实用性教材的问题，劳动和社会保障部教材办公室组织一批学术水平高、教学经验丰富、实践能力强的教师和长期从事营销工作的高级管理人员，编写了高职高专市场营销类专业一体化实用性教材，共10种：《市场调查与市场预测实训》《促销技巧实训》《客户关系管理实训》《商务谈判实训》《汽车营销实训》《房地产营销实训》《医药营销实训》《保险营销技能实训》《会展营销与筹办实训》和《旅游营销实训》。

在组织编写上述教材的工作中，我们充分汲取高职高专市场营销类专业教学改革成果，按照以技能训练为主线、相关知识为支撑的编写思路进行编写，并努力使教材具有以下特点：一是从职业（岗位）分析入手，确定各课程的技能训练内容，形成具有典型性的技能训练项目，提高技能训练的针对性；二是以国家职业标准为依据，使教材内容涵盖高级推销员、营销师等职业标准的相关要求，便于“双证书制”在教学中的贯彻和实施；三是打破传统的学科体系，较好地处理了理论教学与技能训练的关系，切实落实“管用、够用、适用”的教学指导思想；四是充分体现市场营销领域中的新知识、新技术、新方法，为提高学生的就业能力和工作能力创造条件；五是教材表达简明、生动，图文并茂，具有较强的可读性。

在教材的编写过程中，得到有关省市教育部门、劳动和社会保障部门以及一些高职高专院校的大力支持，教材的诸位主编、参编、主审等做了大量的工作，在此我们表示衷心的感谢！同时，恳切希望广大读者对教材提出宝贵的意见和建议，以便修订时加以完善。

<<客户关系管理实训>>

内容概要

??本书为劳动和社会保障部培训就业司推荐教材，适用于高职高专院校学生专业课和实训课程教学，由劳动和社会保障部教材办公室组织编写。

??本书内容涉及潜在客户的寻找、客户信息管理、大客户管理、客户体验管理、客户满意管理、客户忠诚管理及客户关系管理（CRM）七个部分的实训课题，采用操作步骤、案例分析、情景模拟、图表、相关知识等编排方式，重点介绍具体的、实用的客户管理的策略和操作技巧，具有很强的实用性和可操作性。

授课课时在40学时左右。

??本书由杨莉惠主编并负责总体框架设计、编写大纲、初稿的增删修改、统稿和定稿。

本书各章具体分工如下：杨莉惠（模块一、模块二、模块三），李卫平（模块四、模块七），潘一萍（模块五、模块六）。

本书由夏昌祥、卢永忠主审。

??本书可作为高等院校市场营销、工商管理等专业的教学用书或培训教材，对企业市场营销人员、客户管理人员、客户服务人员、采购人员等有现实的指导作用。

<<客户关系管理实训>>

书籍目录

模块一?寻找潜在客户(建议课时:6) 实训课题1?谁是你的潜在客户(建议课时:1.5) 实训课题2?寻找潜在客户的基本方法(建议课时:1.5) 实训课题3?开发潜在客户(建议课时:1.5) 实训课题4?怎样把潜在客户变为新客户(建议课时:1.5) 模块二?客户信息管理(建议课时:6) 实训课题1?建立客户来源中心(建议课时:1) 实训课题2?建立客户信息档案(建议课时:2) 实训课题3?客户资料分析(建议课时:2) 实训课题4?网络中的客户信息管理(建议课时:1) 模块三?大客户管理(建议课时:7) 实训课题1?判断和选择大客户(建议课时:1) 实训课题2?大客户分析(建议课时:1) 实训课题3?制定大客户计划(建议课时:1) 实训课题4?与大客户建立关系(建议课时:1) 实训课题5?大客户采购(建议课时:1) 实训课题6?为大客户服务(建议课时:1) 模块四?客户体验管理(建议课时:5) 实训课题1?分析客户的体验世界(建议课时:1) 实训课题2?建立客户体验平台(建议课时:1) 实训课题3?设计品牌体验(建议课时:1) 实训课题4?建立与客户接触的渠道(建议课时:1) 模块五?客户满意管理(建议课时:5) 实训课题1?客户满意度的测试与分析(建议课时:1) 实训课题2?产品满意管理(建议课时:1) 实训课题3?服务满意管理(建议课时:1) 实训课题4?正确认识和处理客户的不满与抱怨(建议课时:1) 模块六?客户忠诚管理(建议课时:6) 实训课题1?忠诚客户的价值及测量(建议课时:1) 实训课题2?忠诚客户的分类(建议课时:1) 实训课题3?如何用心培养忠诚客户(建议课时:1) 实训课题4?预防客户流失管理(建议课时:1) 实训课题5?双赢客户服务游戏(建议课时:1) 模块七?客户关系管理(建议课时:5) 实训课题1?客户眼中的CRM(建议课时:1) 实训课题2?企业与CRM(建议课时:1) 实训课题3?CRM的实施——客户信息管理是CRM的关键(建议课时:1) 实训课题4?网络与CRM(建议课时:1) 练习一?用Outlook管理客户资料(建议课时:1) 练习二?用邮件合并功能给多个人发电子邮件(建议课时:1) 参考文献

<<客户关系管理实训>>

章节摘录

插图：与其相关的活动历史大致有以下类型：资料寄送、市场活动、问卷调查、礼品发放、信息发送、日程安排等。

客户价值分析的信息公司实力以及购买记录等。

搜集客户资料充分搜集客户资料之后，营销人员才能了解客户的基本需求，才可以进行销售。

要了解的第一点就是：客户是什么样的客户？

规模有多大？

员工有多少？

一年内大概会买多少同类产品？

这些都是客户背景资料。

客户背景资料包括以下几个方面内容：客户组织机构。

各种形式的通信方式。

区分客户的使用部门、采购部门、支持部门。

了解客户具体使用维护人员、管理层和高层客户。

同类产品的安装和使用情况。

客户的业务情况。

客户所在的行业基本状况等。

建立客户档案资料建立客户档案资料即建档管理。

建档管理是将客户的各项资料加以系统记录、保存，并分析、整理、应用，借以巩固双方的关系，从而提升销售业绩。

其中，客户资料卡是一种很重要的工具。

建立客户资料卡的用途及好处：以区别现有客户与潜在客户。

便于寄发广告信函。

利用客户资料卡可以安排收款、付款的顺序与计划。

了解客户的销售状况及交易习惯。

可以订立比较节省时间的、有效率的、具体的访问计划。

可以清楚地了解客户的情况与交易结果，进而取得其合作。

可以为今后与该客户交往的本公司人员提供有价值的资料。

根据客户资料卡，对信用度低的客户缩小交易额，对信用度高的客户增大交易额，便于制订具体的销售政策。

客户资料的类型客户名册客户名册又称交易伙伴名册，是有关公司客户情况的综合记录。

客户名册由客户登记卡和客户一览表组成。

客户登记卡主要列示客户的基本情况；客户一览表则是根据客户登记卡简单而综合地排列出客户名称、地址等内容的资料库。

客户名册的优点是简便易行、费用较低、容易保管和查找使用.特别是客户一览表简单明了地反映当前客户情况，对于管理决策者十分适用。

但由于其缺乏全面、客观和动态性，这种方法也存在明显的缺陷。

<<客户关系管理实训>>

编辑推荐

《客户关系管理实训》是高职高专市场营销专业国家级职业教育规划教材系列之一。

<<客户关系管理实训>>

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>