

<<大客户销售与管理>>

图书基本信息

书名：<<大客户销售与管理>>

13位ISBN编号：9787506431514

10位ISBN编号：7506431513

出版时间：2005-1-1

出版时间：中国纺织出版社

作者：常桦等编

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>

<<大客户销售与管理>>

内容概要

大客户销售与管理，是一项涉及到企业的许多部门、要求非常细致的工作，大客户经理管理部门要与企业的组织结构中的许多部门取得联系——销售人员、运输部门、产品开发与研究部门、产品制造部门等等——协调他们的工作，满足客户及消费场所的需要。

随着市场竞争力的重要组成部分。

因此，树立大客户管理理念，加强大客户营销和服务工作，发展大客户，提高大客户的忠诚度，留住大客户应该成为各公司的战略性任务之一。

本书从大客户的销售与管理两个方面，介绍了大客户的识别、针对大客户的销售、大客户的管理、大客户经理的职责等内容，是企业客户经理的良师益友。

就企业而言，大客户是重要的利润来源，是企业长期发展的重要基础。所以服务好大客户，保证大客户群的稳定是至关重要的。

<<大客户销售与管理>>

书籍目录

- 第一章 大客户管理概述
- 第二章 大客户识别和定位
- 第三章 大客户采购分析
- 第四章 大客户销售
- 第五章 大客户销售策略实施
- 第六章 大客户管理的实施
- 第七章 大客户经理
- 第八章 大客户管理的发展
- 参考文献

<<大客户销售与管理>>

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>