

<<贴近顾客>>

图书基本信息

书名：<<贴近顾客>>

13位ISBN编号：9787506432023

10位ISBN编号：7506432021

出版时间：2005-1

出版时间：中国纺织出版社

作者：惟言 编著

页数：344

字数：230000

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>

<<贴近顾客>>

内容概要

本书提出了一整套解决方案，即全面深入地了解顾客，主动出击争取更多顾客，努力留住老顾客，用服务提高顾客满意度，赢得顾客的忠诚，对顾客关系进行创新，把抱怨当成赠礼。

这套方案的实施，将有助于企业进一步贴近顾客，从而胸有成竹地抓住顾客的心。

本书系统地研究了国内外的经典基础理论，同时也结合我国现代企业的实际情况，内容紧凑、行文精练。

相信无论是企业的总裁、营销部门经理，还是处于一线的业务员，都会从中得到一些有益的启迪。

<<贴近顾客>>

书籍目录

第一章 全面深入地了解顾客 顾客的基本类型 顾客期待的是什么 顾客素质分析 顾客角色分析 顾客信用评价 顾客全面调查 对顾客的跟踪监测 寻找与顾客接触的机会 建立与顾客接触的机制 案例：施乐公司的经验第二章 主动出击争取更多的顾客 直接邮件的妙用 电话预约的艺术 寻找潜在顾客的方法 锁定第一顾客 从顾客的角度出发 找出顾客最关心的利益点 养成JEB商品说明习惯 将商品特性转换成利益 摸准顾客购买心理 顾客购买行为研究 建立顾客推介系统 案例：服饰公司的英雄式服务第三章 努力留住老顾客 不要喜新厌旧 多征求老顾客的意见 努力满足老顾客的心理期望 培养与老顾客为中心的意识 与老顾客建立有价值的永久关系 如何使顾客成为老顾客 争取流失的老顾客回笼 案例：北欧航空公司尽善尽美的服务第四章 用服务提高顾客的满意度 服务是一种待人的态度 服务更是一种待己的态度 服务是情绪的劳动 服务还是一种伦理 尽量满足顾客需要 顾客满意的内容 顾客满意度的决定因素 顾客满意的过程 顾客满意带来的好处 顾客满意的测量 善用资料提供最好的服务 做好员工的教育培训 案例：麦当劳是如何服务的第五章 赢得顾客的忠诚第六章 对顾客关系进行创新第七章 把抱怨当成赠礼

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>