

<<客户增长点>>

图书基本信息

书名：<<客户增长点>>

13位ISBN编号：9787509614563

10位ISBN编号：7509614562

出版时间：2011-8

出版时间：经济管理出版社

作者：理查德·怀特利 (Richard Whiteley) 著

页数：338

译者：杨世伟

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>

<<客户增长点>>

内容概要

《客户增长点：五个成功培育竞争优势的营销战略》是论坛公司内部和外部许多人智慧的结晶。没有他们的贡献，《客户增长点：五个成功培育竞争优势的营销战略》是不可能存在的。我们希望提交的成果能够使个人和组织发生一定的变化，同时我们也很高兴有机会与许多有思想、有无私奉献精神的同仁一起合作。

<<客户增长点>>

书籍目录

第一章 迎接挑战：将反抗行动转化为以顾客为中心的增长以顾客为中心的复活以顾客为中心变成一种反射动作改革如何带来成长？

逆转向下的螺旋五大创新战略管理差异性和成长

第二章 关注经营重点傅氏音乐中心寻找目标市场重新构思企业实现价值增值追求卓越采取正确的行动寻找正确答案

步骤一：认清哪些人是你真正需要服务的顾客

步骤二：认清目标顾客最看重的方面

步骤三：找出明确的经营重点

步骤四：创造组织员工对经营重点认可和一致赞同的氛围

经营重点成为公司最大的敌人

行动纲领

第三章 关注传达顾客的心声在现实世界中倾听顾客的心声传达顾客意见的重要步骤

步骤一：制定一套倾听顾客意见的策略

步骤二：收集、组织和展示顾客资料

步骤三：制作动态业务记分卡

步骤四：通过顾客的意见驱动团队与个人的行为

结语：误用顾客的意见避免听不到顾客声音的错误

行动指南

第四章 关注团队合作合作发生裂痕全面合作的七大支柱合作的力量胜过计算机的力量

行动指南

第五章 将顾客满意转化为顾客热情顾客服务的狂欢活动3M公司以顾客为导向的营销管理如何在与顾客互动的界面建立竞争优势

步骤一：判断顾客希望如何与你们进行互动

步骤二：领导层承诺采取一套独特的互动流程

步骤三：实行一套高附加值、有特色、贯彻始终的顾客互动流程

结语：推销手段的演进过程

行动指南

第六章 从命令型领导转变为接触型领导领导是一项与员工进行接触的活动21世纪的新型领导者领导者能够做些什么

接触型领导的四个要素如何领导组织进行成功的转型

结语：企业文化的真相

行动指南

结语：适当放松将幽默作为一种生活方式具有一定的前瞻性

本书工具箱

工具一：顾客资料分析

工具二：价值链

工具三：竞争优势/劣势

调查

工具四：顾客关系评分矩阵

工具五：资源评分矩阵及资源行动计划

工具六：你的影响技能如何？

工具七：顾客价值导向结构图

工具八：关系目标分析

工具九：地区和重要客户评分矩阵

工具十：竞争力评分矩阵

工具十一：竞争性的客户战略标准

工具十二：你与顾客互动的技能如何？

工具十三：顾客互动培训指南

工具十四：你的领导技能如何？

工具十五：个人发展计划注释

后记

<<客户增长点>>

章节摘录

1991年冬天的某个星期三早晨,《波士顿先锋报》(Boston Herald)刊登了一张照片:有位名叫史蒂夫·迪夫利普、平日和蔼可亲的年轻人,拿起刀斩断了他的美国运通卡。

这张照片和同时刊登的头版专文,掀起了一场商战的序幕。

事情的起因是,一名记者无意间听到史蒂夫·迪夫利普——一位餐厅老板抱怨说,每当用餐者拿这张信用卡付账时,就要向美国运通公司(American Express)支付高额的手续费。

史蒂夫·迪夫利普和他的同行发现,美国运通公司既傲慢无礼又缺乏弹性,所以这张照片和文章的刊登立即引起了轩然大波。

很快,波士顿市区和周边的许多商家都纷纷加入了这场反抗行动,扬言拒绝使用美国运通卡。

虽然许多年来美国运通卡一直遭到Visa卡的迎头痛击,因为后者的手续费远比前者低得多,但是当时美国运通公司似乎还比较优越,过得风平浪静。

据美国《财富》杂志(Fortune)报道,美国运通公司是“世界上最受推崇的金融服务机构”之一。

美国运通公司由于受到商家拒收运通卡的强烈反击,股票价格开始下跌,紧接着名声显赫的波士顿收费公会也相继传出不利于美国运通公司的消息,美国运通公司终于承认自己确实面临着困境,而且不能坐以待毙,于是,美国运通特约服务部——负责与商家建立和保持良好关系的部门,开始采取行动。

其主要目标是指出公司过去所忽视的负面形象,不仅要努力追回那些已经流失的客户,而且还要与几千个新客户签约,进一步展开合作。

美国运通公司能获得成功吗?

他们是如何运作的?

当时处于组织规模缩减和全球竞争激烈的年代,美国运通公司仅仅用了3年时间,就戏剧化地扭转了它与商家和顾客之间的关系。

.....

<<客户增长点>>

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>