

<<大客户管理>>

图书基本信息

书名：<<大客户管理>>

13位ISBN编号：9787513607766

10位ISBN编号：7513607761

出版时间：2012-7

出版时间：中国经济出版社

作者：魏中龙 编

页数：255

字数：314000

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>

## <<大客户管理>>

### 内容概要

中国客户管理专业水平证书考试分为初级、中级、高级三个级别。初级证书包括《客户服务基础》《客户心理与沟通》《客户服务技巧》《客户呼叫中心实务》《客户投诉管理》《客户服务案例》六门课程（含实践环节），取得以上六门课程单科合格证者，可获得《中国客户经理助理专业水平证书》；中级证书包含《客户关系管理》《客户管理基础》《客户中心运营管理》《客户服务质量管理》四门课程（含实践环节），取得以上四门课程单科合格证并通过企业客户管理案例研究报告评审者，可获得《中国客户管理经理专业水平证书》；高级证书包含《大客户管理》《客户服务团队管理》《客户管理案例》三门课程（含实践环节），取得以上三门课程单科合格证、具备三年以上工作经验并通过企业客户管理案例研究报告评审及答辩者，可获得《中国客户管理总监专业水平证书》。

## <<大客户管理>>

### 书籍目录

- 第一章 大客户管理概述
  - 第一节 大客户与大客户管理
  - 第二节 大客户管理的目的、内容和原则
  - 第三节 大客户管理的重要性
- 第二章 大客户战略管理
  - 第一节 大客户战略管理分析
  - 第二节 大客户战略选择
  - 第三节 大客户战略实施
- 第三章 大客户管理的组织与团队建设
  - 第一节 组建大客户管理部
  - 第二节 大客户管理团队建设
  - 第三节 构建和推行大客户经理负责制
- 第四章 大客户识别与开发
  - 第一节 大客户的识别
  - 第二节 大客户开发的程序
- 第五章 大客户营销管理
  - 第一节 大客户营销概述
  - 第二节 大客户市场营销计划及风险控制
  - 第三节 大客户营销支持体系
  - 第四节 以大客户需求为导向的营销策略
- 第六章 大客户服务管理
  - 第一节 提升大客户服务的品质
  - 第二节 加强大客户期望值的管理
  - 第三节 提高大客户的满意度
  - 第四节 培养大客户的忠诚
- 第七章 大客户关系维护
  - 第一节 大客户关系及其管理
  - 第二节 大客户关系维护的内容
  - 第三节 大客户关系维护的措施
- 第八章 大客户预警管理
  - 第一节 大客户预警管理概述
  - 第二节 大客户欠款预警
  - 第三节 大客户销售费用预警
  - 第四节 大客户流失预警
- 附：《大客户管理》考试大纲
- 后记

## &lt;&lt;大客户管理&gt;&gt;

## 章节摘录

大客户营销风险，就是指在企业大客户营销过程中，由于各种事先无法预料的不确定因素带来的影响，使企业大客户营销的实际收入与预期收益发生一定的偏差，从而有蒙受损失或获得额外收益的机会或可能性。

营销风险所强调的风险主体是市场营销活动的参与者、竞争者；风险条件是经营主体的市场行为或营销事项所引发的不确定事故。

企业的损失是违背市场规律或由于自身失误所遭受的惩罚，主要指经济利益的减少或损失。

大客户营销风险，大多起因于大客户市场营销活动或与之有关的方面，是一类比较复杂的风险形态，按照大客户营销风险大小、程度的不同可划分为若干层次：第一层次是致命的大客户营销风险，是指企业在大客户营销过程中遭到的损失大、后果严重的风险，这类风险往往会直接威胁企业的生存与发展。

第二层次是一般的大客户营销风险，是指企业在大客户营销过程中遭到一定损失但不构成致命威胁的风险。

这类风险使企业遭受一定损失，并对其营销管理带来不利影响或留有一定后遗症。

第三层次是轻微的大客户营销风险，是指企业在大客户营销过程中遭到较小损失，对企业不构成重要影响的风险，这类风险一般情况下无碍大局，仅对企业形成局部和微小的伤害。

一般的营销风险和轻微的营销风险在一定条件下会转化为特别的致命性风险，特别是经过一定时期的累积之后会有质的变化。

例如，企业应收账款长期无法收回带来的资金困难，从局部和短期来看是一般风险和轻微风险，但是企业的大部分账款不能收回，长期被其他企业非法占用，那么其后果对企业来说将是灾难性的。

所以，企业对大客户营销风险的分析、认识、预测和控制，主要是针对致命营销风险和一般营销风险。

（二）大客户营销风险的种类 按营销风险的成因分类，大客户营销风险主要包括营销实质风险、营销道德风险、营销心理风险等三种情况。

## <<大客户管理>>

### 编辑推荐

《大客户管理》由中国客户管理专业水平证书考试教材编写委员会主编，权威，准确，实用。本课程既是中国客户管理专业水平证书考试证书课程，又是高等教育自学考试客户管理专业的课程。

<<大客户管理>>

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>