

<<客户主管实务>>

图书基本信息

书名：<<客户主管实务>>

13位ISBN编号：9787545400885

10位ISBN编号：7545400887

出版时间：2009-3

出版时间：广东经济出版社

作者：徐文锋 主编

页数：245

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>

前言

一场始于美国次贷而波及全球性的金融危机海啸般地席卷而来，无论是欧美发达国家还是亚洲新兴国家，一概未能幸免。

最直接的后果，就是银行破产、企业倒闭，全球经济衰退。

中国企业也不同程度地出现了收入减少、利润下降现象，许多企业不得已采取了裁员、降薪措施，以缓解压力。

是否也有例外呢据我的一位朋友说，他的儿子在一家知名企业供职，这家企业在2008年底裁员已超过5%，他儿子做项目主管，属企业骨干，这次裁员不仅没裁到他头上，年终还加了好几百元薪水呢。

这说明了一个什么问题呢他是企业的有用人才，不是那种可有可无的一般白领或蓝领。

今天，企业任何一个职位都充满着竞争。

无论你的文凭有多么硬，资历有多么长，经验阅历如何丰富，如果你在岗位职业上无所作为、无所建树、平平庸庸的话，都可能面临被淘汰的危险。

市场不相信眼泪，竞争不保护弱者。

要想在职业生涯中立于不败之地，就必须不断充实自己，加快知识更新，提高技能水平，善于开拓创新，成为一个优秀和卓越的有用人才。

面对经济全球化的挑战，跨世纪的企业特征首先是一个“学习型组织”，它必须善于学习，能够及时掌握行业发展的最新动向，“善于创造、获取和传递知识，而且善于修正其行为以反映新的知识和观念。

”（戴维·格文，《哈佛商务评论》）因此，强化学习和知识更新，不仅是现代企业的客观要求，也是每一个企业员工进行“第五项修炼”、提升自身素质和能力水平的有效途径。

<<客户主管实务>>

内容概要

“主管实务快易通”丛书从中国企业的实际出发，参考了国有、私营以及三资企业的不同特点，阐述了各类主管的素质要求、岗位职责，介绍了各类主管的具体工作任务和操作实务，深入浅出地阐释了作为一位优秀主管的工作方法和管理技巧，重点突出其实用性和可操作性，对于指导初级管理人员进入主管岗位进行生产经营管理或在岗主管提高管理水平均具有重要的实践意义。

本书为其中之一的《客户主管实务》分册，书中具体收录了：客户与客户服务、寻找开发潜在客户、客户的满意度和忠诚度等内容。

<<客户主管实务>>

书籍目录

第一章 客户主管的岗位职责与素质要求 一、客户主管的工作目标与职能 二、客户主管的岗位职责 三、客户主管的基本素质要求 四、客户主管的知识结构 五、客户主管的领导能力第二章 客户与客户服务 一、客户及管户群的构成 二、客户服务的基本内容 三、人性化服务是客户服务的最高要求第三章 客户调查 一、客户调查的基本内容 二、客户调查的步骤 三、客户调查的方法 四、人员调查 五、客户抽样调查方法 六、客户调查技术 七、客户调查资料的来源第四章 客户消费行为调查 一、购买行为模式 二、影响消费行为因素调查 三、购买行为类型调查 四、购买决策过程调查第五章 目标市场与潜在客户 一、市场细分 二、目标市场的选择 三、潜在客户第六章 寻找开发潜在客户 一、寻找潜在客户的步骤 二、寻找潜在客户的途径 三、最佳潜在客户的识别 四、潜在客户的开发 五、潜在客户的分析测量第七章 开发有效传播的方法途径 一、有效传播的过程 二、传播渠道的选择 三、有效传播的方法 四、信息传播的工具 五、广告目标传播 六、媒体信息传播第八章 潜在客户的转化与市场拓展 一、促进潜在客户转化的要点 二、与潜在客户沟通的方法 三、潜在客户转化的策略 四、为潜在客户提供购买条件第九章 客户的满意度和忠诚度 一、客户满意 二、影响客户满意度的因素 三、客户的忠诚度 四、客户对品牌忠诚度的测量与保持 五、客户满意度与忠诚度的关系第十章 对客户满意度的测试与分析 一、客户满意度测试的对象 二、客户满意度测试的内容 三、客户满意度测试的方法 四、客户满意度测试的实施要点 五、客户满意度的分析第十一章 吸引和维系客户的方法与技巧 一、分析评估客户流失因素 二、制定客户接触计划 三、倾听客户的意见 四、向客户发函 五、处理好客户的抱怨和投诉 六、重视服务的关键时刻 七、开展关系营销第十二章 建立高绩效客户服务机制 一、高绩效客户服务的基本要素 二、决定客户服务机制的因素 三、审查客户服务机制的现状 四、分配客户服务部门的工作 五、制定客户服务理念与守则 六、客户服务机制运作要点第十三章 全面质量营销 一、质量营销的特点 二、全面质量管理与营销 三、全面质量营销的内容 四、全面质量营销的实施第十四章 客户让渡价值 一、客户让渡价值的含义 二、客户让渡价值的构成 三、客户让渡价值与公司价值 四、价值链 五、价值让渡网络 六、识别客户让渡价值第十五章 与客户建立合作伙伴关系 一、分析客户的业务活动 二、改善合作伙伴关系 三、改变销售额至上的观念 四、与客户建立合作伙伴关系的方法 五、客户关系管理参考文献后记

章节摘录

5. 管理能力客户主管的工作过程, 就是如何管理客户服务团队的过程。如何让客户服务运作高效, 减少摩擦, 降低运行成本, 各部门各司其职, 这些都需要高超的管理技巧。管理能力的实质就是在进行计划、组织、实施、控制与评价等过程中应具有的能力。

6. 协调能力企业是由各个职能部门构成的, 客户管理部门与其他各部门关心的重点是有差异的, 客户管理部门与其他部门看问题的角度也不一样。客户管理部门与其他部门对企业的有限资源, 如人力和财力等会引起争夺, 产生矛盾, 客户主管除了要管理好整个公司的客户服务与管理活动外, 还需与财务、生产、营销、技术等部门协调好关系。同时, 客户管理组织内部也是由客户信息、广告公关、市场调研等若干人员组成的, 每个人之间的工作重点及看问题的角度也不一样, 这也要求客户主管要协调好相互间的关系。

7. 配置能力 在实施客户管理方案时, 需要在不同活动之间分配资金、人力与时间。比如, 举办一个有新老客户参加的茶话会活动时, 要决定活动规模, 究竟需用多少资金、多少人力及活动时间等。客户主管应根据工作性质, 有重点、有步骤地加以安排, 分清轻重缓急, 做好各项资源的配置工作。

8. 敏锐的观察能力客户主管必须具备敏锐的观察能力。对于一个公司而言, 及时、准确地抓住机会, 赢得客户, 是获得丰厚利润的前提, 同时, 这样可以赢得较为宽松的生存环境。及时、准确地察觉客户动态、市场危机, 可以有效地规避风险, 减少公司的损失, 使自己在与其他公司的竞争中处于优势。

<<客户主管实务>>

编辑推荐

《客户主管实务》讲述了养成优秀主管的案头必备；是培训储备干部的一流教材。

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>