

<<客户管理（上下）>>

图书基本信息

书名：<<客户管理（上下）>>

13位ISBN编号：9787801285874

10位ISBN编号：7801285875

出版时间：2004-9

出版时间：杨婕 中国言实出版社 (2004-09出版)

作者：杨捷

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>

<<客户管理（上下）>>

前言

在竞争激烈的21世纪，卓越的管理是一个企业高效运转的核心，一个成功的企业必须拥有一套健全的管理工具。

健全、科学的管理工具在企业经营过程中起着执行、协调、指示的重要作用，它直接关系到整个企业的兴衰成败。

《至尊企业至尊工具》就是一套为企业提供健全、科学管理工具的系列丛书，该书实现了管理实务的四化：标准化——制度+表格+流程三位一体的整合，为企业管理提供了一套整体化的解决方案；规范化——文案式的制度、表格把企业大量繁琐、杂乱的工作简单化、模式化；制度化——随时可以查阅的制度、表格能使你轻松设计出来本企业的管理操作文案和制度；流程化——清晰的流程，让你知道执行管理工作的程序。

本册为《至尊企业至尊工具》之《客户管理》。

客户管理是企业经营与发展的重要组成部分，是企业生存和发展的基础。

中国企业要蓬勃发展，中国企业要参与国际市场的竞争，都离不开规范的客户管理，使用先进规范的客户管理制度已成为现代企业的共识。

本书从客户的调查、开发、信息、关系、渠道、促销等环节入手，对客户管理工作提出了独到的解决方案。

书中的各项制度、表格、流程，企业可以根据所需进行修改，使其更适合企业的实际情况。

本书关于管理工具化的东西，着重体现了“细化管理”的思想，企业如果能把握并应用这些工具，企业的客户管理工作就能处理得当并更上层楼。

<<客户管理（上下）>>

内容概要

《至尊企业至尊工具(套装上下册)》从客户的调查、开发、信息、关系、渠道、促销等环节入手，对客户管理工作提出了独到的解决方案。

书中的各项制度、表格、流程，企业可以根据所需进行修改，使其更适合企业的实际情况。

《至尊企业至尊工具(套装上下册)》关于管理工具化的东西，着重体现了“精细化管理”的思想，企业如果能把握并应用这些工具，企业的客户管理工作就能处理得当并更上层楼。

《至尊企业至尊工具(套装上下册)》包括：《至尊企业至尊工具(套装上册)》和《至尊企业至尊工具(套装下册)》。

<<客户管理(上下)>>

书籍目录

第一章 客户调查管理第一节 客户调查管理要点客户调查的对象和内容客户调查的方法和步骤第二节 客户调查管理制度客户调查管理办法客户调查步骤规定客户调查操作规程客户面谈调查实施要领客户调查用表操作规程客户调查资料分析制度客户资料分析要则客户调查资料处理制度第三节 客户调查管理表格市场调查计划表客户调查计划表产品调查计划表分组调查计划表客户调查表客户信用调查总表客户信用调查明细表产品销售调查表产品市场状况分析表顾客流量调查表顾客构成调查表顾客询问内容及购买量调查表到店顾客购买动向调查表客户调查方式改进表第四节 客户调查管理流程客户调查管理流程图第五节 客户调查管理文案客户调查方案客户调查问卷客户调查报告客户需求预测报告第二章 客户开发管理第一节 客户开发管理要点客户开发目标市场的确定准客户的开发客户开发的成交方法第二节 客户开发管理制度客户开发业务规范客户开发选择制度客户拜访管理制度新客户开发管理实施细则客户代表标准作业手册客户代表要求规定客户代表管理规定客户代表考勤和休假制度客户开发建议管理制度客户开发激励制度客户开发奖励制度第三节 客户开发管理表格客户开发常用技巧表客户开发应克服的惰性一览表客户开发计划及预定表客户开发程序表客户开发记录表客户开发评定表潜在客户追踪表新客户评定申请表新客户潜力分析表特殊客户申请表客户信用评价表客户接待表客户登记表订单登记表客户交易记录表第四节 客户开发管理流程客户开发管理流程图客户拜访区域规划工作流程管理图第五节 客户开发管理文案客户成交合同第三章 客户信息管理第一节 客户信息管理要点客户信息管理概述客户信用的调查方法危险客户判断方法第二节 客户信息管理制度客户名册管理制度客户信息管理章程客户档案保管使用制度客户档案立档制度客户需求信息处理制度客户资料保密制度客户信用限度确定方法客户信用度评估细则客户情报报告制度客户销户管理制度第三节 客户信息管理表格客户资料卡(1)客户资料卡(2)客户管理卡客户等级分类表客户地址分类表客户区域划分表客户信息日报表客户情况日报表客户信用管理表客户信用度变更表客户统计表客户分布状况一览表客户销售资料一览表客户分析表危险客户评议表优良客户统计表第四节 客户信息管理流程客户信息管理流程图客户销户管理流程图第五节 客户信息管理文案客户资信报告第四章 客户关系管理第一节 客户关系管理要点客户关系管理的对象客户关系管理的内容客户关系管理的原则客户关系维护要点客户关系维护的基本方法第二节 客户关系管理制度客户营销事务管理制度客户关系维护办法客户参观管理办法客户参观接待办法客户接待费用管理规定客户招待用餐管理规定.....第五章 客户渠道管理第六章 客户促销管理第七章 客户账款管理第八章 客户服务管理

<<客户管理（上下）>>

章节摘录

插图：客户需求预测从质的方面预测以解决客户需要什么的问题，从量的方面预测以解决客户需要多少的问题。

对客户需求进行预测所形成的书面材料即为客户需求预测报告，它对企业的客户管理与市场决策都具有重要的参考价值。

1. 撰写程序一般来讲，客户需求预测报告应按以下程序撰写：（1）确定预测目标确定预测目标是进行需求预测的前提，在客户需求预测报告写作之前，应根据实际需要，明确通过预测要达到什么目的、解决什么问题。

（2）搜集和整理预测资料写预测报告须广泛、深入地搜集和整理有关资料，这是达到预测目标的基础。

这些资料既包括深入实际搞调查研究获得的第一手材料和从其他途径得到的相关统计资料等第二手资料。

在整理资料时应注意做到历史的和现实的材料相结合、内部的和外部的材料相结合、直接的和间接的材料相结合，并将它们进行系统地整理归类加工，使原始状的资料变为系统化、数据化、表格化、可供引用的报告素材。

（3）选择预测分析方法应根据预测目标要求及掌握材料的情况，选择适当的预测方法进行预测并写出预测报告。

（4）进行预测分析用选定的预测方法对所拥有的材料做分析判断，以确定未来市场的预测值。

在进行预测分析时要充分考虑可能产生误差的各种因素以减少预测的误差。

（5）撰写预测报告 将客户需求预测的分析、研究及其结论、对策或建议等，用书面形式集中表述出来。

<<客户管理（上下）>>

编辑推荐

《至尊企业至尊工具(套装上下册)》是由中国言实出版社出版的。

<<客户管理（上下）>>

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>