

<<抓住大象的鼻子>>

图书基本信息

书名：<<抓住大象的鼻子>>

13位ISBN编号：9787801479938

10位ISBN编号：7801479939

出版时间：2004-01

出版时间：企业管理出版社

作者：冯长征,黄建江

页数：216

字数：151000

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>

<<抓住大象的鼻子>>

内容概要

客户革命意味着挑战，但也意味着更多可能的商机和财富，商机和财富不会自动送上门来，它永远只垂青于那些高瞻远瞩、独辟蹊径、脚踏实地的人们。

在这场声势浩大的革命中，我们首先要做的，就是抓住客户，尤其是重点客户，抓住了他们，就如同抓住了大象的鼻子。

正如象鼻对于大象的重要性，重点客户对企业的生存和发展也起着举足轻重的作用。

那么究竟什么客户才是重点客户呢？

顾名思义，重点客户就是企业最重要的那部分客户，他们身上具有一些明显的特征：
他们占了企业利润的很大一部分；
他们对企业目标的实现有着至关重要的影响；
他们的离去将严重地影响公司的业绩；
他们是企业业务拓展的潜在资源。

如何确定你的重点客户？

如何投其所好？

如何让他们永远忠于你的企业？

诸如此类的问题，是每一位企业家亟待思考的问题。

控空心思，绞尽脑汁，抓住重点客户，抓住大象的鼻子，也就抓住了成功的契机。

<<抓住大象的鼻子>>

作者简介

冯长征，中国人民大学工商管理硕士，管理学博士。

阳光共好管理顾问公司高职咨询师。

曾在华光科技集团（股份）公司、比利时布鲁塞尔SINEUR S.A公司、山东鲁纺科技开发中心等企业担任高层管理人员；曾任北京和君创业研究管理咨询有限公司高级咨询师，有着多年的市场营销管

<<抓住大象的鼻子>>

书籍目录

引子：抓住大象的鼻子 客户革命的时代，我们愉快地妥协 抓住大象的鼻子第一章 诚实地将客户区分等级 世上没有两片完全相同的叶子 我们必须使所有的上帝都100%满意吗 分级总是值得的 别让情感蒙蔽了眼睛 进行客户分级的几种方法 新公司如何在拥有客户之前进行客户分级 四种客户关系按客户层级进行市场细分 对不同的顾客差别对待，道德吗 客户分级的陷阱 向糟糕的上帝主动说再见第二章 重点客户——客户中的VIP 青蛙王子 重点客户是什么样的客户 描绘你心目中的王子形象 全面了解你的客户 客户经营情况 客户调查的方法 如何确定重点客户 理解重点客户的价值 重点客户终身价值的计算 客户关系周期 案例：联想的“五心服务”第三章 永远将焦点放在重点客户身上 世间什么是珍贵 80/20法则 10/30/60法则 999朵玫瑰送给谁 让重点客户做你的免费推销员 站在客户的立场为他们着想 案例：通用汽车公司的信用卡计划第四章 缔造双赢伙伴关系 为什么我不再收到鲜花 衡量与重点客户的关系状况 如何让客户升级 如何发展积极的重点客户关系 将改变你生意的10种客户需求 与客户建立合作伙伴关系的营销工具 以良好合作的关系留住重点客户 与重点客户有效沟通 建设客户关系的各个层面 案例：戴尔通过PREMIER与客户结为更加紧密的伙伴关系第五章 让客户终身陪伴第六章 为重点客户提供个性化服务第七章 数据库——重点客户管理的利润第八章 构建客户推动型组织

<<抓住大象的鼻子>>

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>