

<<服务营销>>

图书基本信息

书名：<<服务营销>>

13位ISBN编号：9787802490826

10位ISBN编号：7802490820

出版时间：2009-1

出版时间：工商联

作者：一分钟情景营销技巧研究中心

页数：200

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>

<<服务营销>>

前言

公司的发动机是什么？

如果用这个问题做一个调查，答案可能有很多种，比如说“资本”、“技术”、“优秀的领导人”等等。

对于这个问题，罗伊-A杨认为，对于任何一家公司而言，营销就是公司的发动机，只有营销才能够带动整个公司前进。

现代管理学之父彼得·德鲁克在50年前就指出：“任何商业公司都有两种功能，也只有这两种功能，即创新和营销。

”因此，任何公司都不例外。

既然是营销就要讲究技巧与方法。

技巧不是让您耍心眼，而是走捷径。

讲求技巧也是一种管理方式和方法。

事实上，要想在很短的时间内使客户产生购买的欲望并最终成交，使用同一方法和技巧几乎是不奏效的。

因此，如果不注意总结积累各种技巧与方法，很多客户都会离你而去！

只要你掌握了有效的营销技巧，并且深深地爱上它，相信你在很短的时间内就会成为一个营销高手。

有人抱怨自己天生不是做营销的料！

！

其实世界上根本没有天生的营销高手，他们都是在营销实战中总结营销技巧和方法，从而达到成功的。

美国汽车推销大王乔·吉拉德说过：“技巧来源于特定的营销场景，业绩来自于您的销售过程。见什么人说什么话，这是一个成功的营销人员控制业绩的必备武器。

”基于此，我们策划编辑了这套《一分钟情景营销技巧》系列丛书，包括“一分钟直复营销技巧”、“一分钟整合营销技巧”、“一分钟会议营销技巧”、“一分钟虚拟营销技巧”、“一分钟服务营销技巧”。

这套书从市场经济发展的大势和中国营销发展的现状出发，对如何进行直复营销、如何进行整合营销、如何进行会议营销、如何进行虚拟营销、如何进行服务营销等5个方面进行了全面的分析，提炼出了直击要害的营销难题。

<<服务营销>>

内容概要

《一分钟情景营销技巧》丛书旨在为营销人员在营销情景中碰到的各种问题提供解决方案和操作技巧，帮助营销人员在繁忙的工作中，轻松掌握营销技巧，迅速创造辉煌业绩，快速参透营销秘诀，大力提升营销效率。

全文摒弃了枯燥晦涩的理论，语言简练人性化，重点介绍如何做、怎么做。

配有情景案例和实战练习，着重于具体情景下不同技巧的灵活运用。

每本书均按设定情景提出问题、分析问题、解决问题的思路一气呵成，思路清晰，行文流畅，让您快速掌握营销秘诀。

如果您很忙，不妨每天花上“一分钟”去学习营销技巧和营销方法，也许您也能成为“世界上最伟大的营销员”。

因为心思巧一点，多想一点点，往往可以事半功倍，业绩倍增。

<<服务营销>>

书籍目录

前言第一章 客户管理情景问题1：怎样给客户经理授权情景问题2：如何有效地管理区域客户情景问题3：如何挖掘潜在客户情景问题4：如何应对准客户说“不”情景问题5：如何与大客户保持持久关系情景问题6：如何进行市场细分情景问题7：怎样培养忠诚顾客情景问题8：怎样寻找顾客情景问题9：如何做好客户的管家情景问题10：如何防范老客户流失第二章 服务战略情景问题1：怎样实施大客户营销战略情景问题2：如何制定成功的客户服务战略情景问题3：如何建立差异化服务战略情景问题4：如何通过情绪体验来制造客户满意情景问题5：如何建立品牌客户服务体系情景问题6：如何让顾客从满意到忠诚情景问题7：如何制造顾客满意情景问题8：如何建立完善的客户服务体系情景问题9：如何能留住你的顾客第三章 服务技巧情景问题1：怎样成功与客户沟通情景问题2：怎样“对抗”最挑剔的客户情景问题3：如何接听客户服务电话情景问题4：怎样对服务进行补偿情景问题5：怎样攻心制胜情景问题6：如何面对难缠的客户情景问题7：如何实现亲情服务第四章 客户服务管理情景问题1：如何对客户进行拜访服务情景问题2：如何管理“排队”情景问题3：如何建立高效的客户服务管理情景问题4：如何进行细节服务情景问题5：如何做好客服的积累与推广情景问题6：如何做好客户回访第五章 大客户管理情景问题1：怎样防止大客户叛离情景问题2：怎样成功管理大客户情景问题3：怎样与大客户建立互动关系情景问题4：如何留住核心大客户情景问题5：管理大客户时要关注什么第六章 客户投诉处理情景问题1：如何进行客户投诉管理情景问题2：如何轻松面对投诉压力情景问题3：如何处理客户异议情景问题4：如何与愤怒的客户交流情景问题5：如何处理顾客的不满情景问题6：如何处理客户抱怨第七章 客户关系管理情景问题1：如何获得客户的欣赏情景问题2：如何应对客户跳槽情景问题3：如何与客户长期合作情景问题4：如何维护关系营销中的老客户情景问题5：如何增进与客户的关系情景问题6：如何实施客户忠诚管理情景问题7：如何来广泛扩展新客户第八章 内部客户服务情景问题1：如何进行内部服务策略情景问题2：如何实施内部营销管理情景问题3：如何为员工服务情景问题4：如何提高员工的满意度情景问题5：如何培养和提高员工的忠诚度

章节摘录

第一章 客户管理 情景问题5：如何与大客户保持持久关系 2004年8月，某沿海城市遭遇一场50年未遇的台风。

一个大客户的仓库正好位于海堤内40米处，由于位置特殊，保险公司拒绝接受投保。

在台风紧急警报发布后，该经销商还存有侥幸心理，以为台风未必在当地登陆，客户经理过去曾经一再对其告诫必须改变仓库位置并参加保险，但该经销商一直未有动作。

而这次情况非同小可，客户经理特地赶往该城市，再次规劝他马上把货物转移到安全的地方，他终于听了劝告。

随后发生的台风和伴随的海啸在当地历史上是少有的，在同一仓库放货的另一客户遭受了灭顶之灾，价值100多万的水泥竟全部冲入了大海，顷刻倾家荡产。

事后，这个经销商非常后怕，同时也对客户经理非常感激，庆幸接受厂家的意见，虽然当时花了1万多的仓储和搬运费，但保住了价值60多万的货物。

后来他对客户经理说：“其实厂家完全可以不予关心，因为这完全是经销商买断的货，无论损失多少都与厂家无关，但你们把我真正当成家里人来看待了，今后我还有什么理由不好好与厂家合作呢。”

大客户销售是渠道管理中的经典课题，如何维持和发展与大客户的关系呢？简单地说，厂家大客户经理只须做好一件事：花80%的时间和精力去研究如何满足20%大客户的需求，这种满足客户需求的方法应该是独一无二的，应该是难以被对手模仿和超越的。

以上正是一个对手难于模仿的案例。

.....

<<服务营销>>

媒体关注与评论

做好服务营销，建立完善的客户服务体系，既是巩固现有市场的必需，又是企业可持续发展战略的需要。

——美国“现代管理学之父”彼得·德鲁克 顾客满意必将成为21世纪企业永恒的话题，也是企业领导者对企业能够长远发展、永续经营的永恒话题。

服务营销至关重要。

——美国营销学学者 麦止锡教授 未来属于首先懂得这一新观念的企业家：今天我们出售的不仅仅是产品，而是伴随着产品的服务的总和，即做好服务营销。

——法国学者 菲利普·希洛克 真正的销售始于售后，服务营销更加重要。

——微软创始人 比尔·盖茨 如果你能够做好服务营销，照看好你的客户，那么生意就会看好自己。

——麦当劳创始人 雷·克罗克

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>