

<<客户管理>>

图书基本信息

书名：<<客户管理>>

13位ISBN编号：9787811353174

10位ISBN编号：7811353172

出版时间：2009-10

出版时间：暨南大学出版社

作者：陈俊宁 主编

页数：192

字数：310000

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

“十一五”期间，教育部、财政部决定实施国家示范性高等职业院校建设计划，通过重点建设100所国家示范性高职院校，带动全国高职院校深化改革，提升高等职业教育的整体建设水平。这标志着我国高等职业教育进入了一个追求内涵发展的新历史阶段。这是科学发展观在我国高等教育领域的具体体现，对促进我国高等职业教育更好更快发展具有重大的战略意义。

在人数与规模上，高职教育已占有我国高等教育的半壁江山。经过多年的发展，高职教育已从当初规模化建设转向突出内涵发展，转向深入课程改革与提升学生的核心专业能力培养上来。

在当前全国各类学校争创示范院校的形势下，我国高等职业教育正在进行一场颠覆性变革。如何进行内涵建设，提高课程教学质量，是当前所有高职院校面临的一项重要课题。

随着我国生产力水平的不断提高，市场竞争日益激烈，传统的营销方式越来越不能满足经济发展的需要，市场向营销工作提出了更高要求，也向营销人才培养提出了更高要求。2006年以来，广东交通职业技术学院开始在全院各专业中大力推行基于工作过程和岗位能力的课程教学改革。

我们通过工学结合基地建设、专家讲座、说课比赛、教学示范、教学观摩、教学评价、教师培训、教案评比等一系列工作，将教学改革逐步推进，并在各专业与各一线教师中深入开展。根据我院“航标灯精神”和“铺路石品格”的人才培养理念，各专业对原有的专业课程体系进行了根本性的改造，并取得了初步的成效。

为了满足实际教学的需要和进一步巩固改革成果，在充分调研与分析的基础上，我们组织近二十所高职学校的百余位专业老师及多名知名企业的专业人士共同编写了这套营销类专业能力本位系列教材。

我们力求将知名企业实践与理论有机结合起来，以就业岗位为导向，强调分析企业实际工作过程与岗位关键能力训练。

重点结合近年来国内尤其是广东的知名企业营销工作来进行内容提炼与编排。

充分听取和吸收企业人员的意见，每一本教材都有企业顾问参与编写或是进行审核。

合理补充新知识与新内容，充分体现高职教育特点。

每一个案例、技能训练活动、习题等都精益求精，强调实践性与可操作性。

真正把教师备课、授课、辅导答疑、学生考证、企业实际工作内容、岗位能力训练等教学、实训环节有机地结合起来。

## <<客户管理>>

### 内容概要

《客户管理》认知客户管理；客户开发管理；客户分层管理；客户满意管理；客户售后服务管理等。

《客户管理》设置了精选案例、复习思考题、工作任务训练和补充阅读等众多具有特色的栏目设计，既体现了高职教育的特色，也有利于高职的教学和学习。

## <<客户管理>>

### 书籍目录

- 总序
- 前言
- 任务一 认知客户管理
  - 1.1 客户管理观念的产生原因
  - 1.2 客户管理的概念
  - 1.3 客户管理的理论基础——关系营销
  - 1.4 客户管理岗位和职责描述
- 任务二 客户开发管理
  - 2.1 了解客户
  - 2.2 界定客户
  - 2.3 开发客户
- 任务三 客户分层管理
  - 3.1 客户差异分析
  - 3.2 大客户销售策略
- 任务四 客户满意管理
  - 4.1 认知客户满意
  - 4.2 培养客户满意
  - 4.3 如何处理客户投诉
- 任务五 客户忠诚管理
  - 5.1 认知客户忠诚
  - 5.2 忠诚客户的培养
  - 5.3 预防客户流失
- 任务六 客户售后服务管理
  - 6.1 客户售后服务管理
  - 6.2 售后服务核心原则
- 任务七 认知CRM
  - 7.1 CRM的产生与发展
  - 7.2 CRM的概念与作用
  - 7.3 CRM的管理目标与系统组成
  - 7.4 CRM实施的关键因素及步骤
  - 7.5 电子商务时代的CRM
- 附录：客户管理表格
- 参考文献

## &lt;&lt;客户管理&gt;&gt;

## 章节摘录

- (七) 客户投诉管理专员的岗位工作职责 (1) 负责制定统一的客户投诉案件处理程序和方法。
- (2) 负责对客户投诉案件进行登记, 如客户投诉产品的订单编号、料号、数量、交运日期等。
- (3) 负责检查审核“投诉处理通知”, 确定具体的处理部门。
- (4) 负责协助各部门对客户投诉的原因进行调查。
- (5) 协助各部门开展对客户投诉案件的分析和处理工作, 填制由客户服务部统一印制的“投诉统计报表”。
- (6) 负责提交客户投诉调查报告, 分发给企业有关部门。
- (7) 负责客户退、换货手续的办理。
- (8) 负责将客户投诉处理中客户所反映的意见和跟踪处理结果提交企业有关部门。
- (9) 负责定期向客户服务经理汇报客户投诉管理工作情况。
- (10) 负责受理客户投诉, 跟踪商品售后信息, 做好客户回访工作。
- (八) 客户经理的岗位工作职责 1. 基本工作 (1) 了解负责客户的产业及相关市场状况, 并能协助其思考策略发展。
- (2) 主动、热情与客户沟通, 及时就客户的工作提出建设性意见。
- (3) 协助客户专员合理安排工作, 为客户专员的作业提供指导和建议。
- (4) 管理与作业相关的人员, 为创意提供清楚的策略, 有评估创意的标准与能力。
- (5) 有成本观念, 帮助协调与客户之间的财务问题。
- (6) 时间观念强, 能严格控制工作进度。
- (7) 协助与有关部门协调, 协调创意发展, 并严格控制品质。
- (8) 能独立面对客户, 并独立处理作业中的问题, 及时与主管沟通。
2. 专业技巧及行业发言权 (1) 引导客户, 能将眼光放远而不只是注意日常工作所需。
- (2) 对公司策略有所贡献, 并表现出概念化的思考能力。
- (3) 经常贡献创意, 使客户业务成长。
- (4) 对发展杰出的广告作品有所贡献。
- (5) 强而有力的提案能力与书面化作业能力。
- (6) 展现宽广的人员管理技巧, 有效地训练客户专员及建立团队精神。
- (7) 与客户建立良好的人际关系。
- (8) 在公司内部建立良好的领导声誉, 同时有效地运用并激励工作小组。
- (9) 有效管理财务运作的流程, 并使公司获得利润。
- (10) 建立关联业务, 包括所有部门的客户开发。

编辑推荐

以就业为导向，以能力为本位。

## 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>