

<<赢得重点客户满意的9堂课>>

图书基本信息

书名：<<赢得重点客户满意的9堂课>>

13位ISBN编号：9787501716869

10位ISBN编号：7501716862

出版时间：2006-1

出版时间：中国经济出版社

作者：苏定林

页数：241

字数：262000

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>

<<赢得重点客户满意的9堂课>>

内容概要

本书分为9部分，分别就如何正确认识客户满意、如何测量客户满意、如何与客户结盟、如何进行客户关系管理、怎样培养客户忠诚度等九大技巧和策略进行了论述。

内容深入而详尽。

同时还结合了大量的国内外企业案例、寓言以及小故事进行论证说明，使枯燥的营销理论变得形象、生动，具有较强的可操作性。

<<赢得重点客户满意的9堂课>>

书籍目录

第一课 什么是“客户满意” 让客户满意——企业盈利背后的真相 度量客户是否满意——找到测量客户满意的标尺 定位顾客的期望值——我想了解你的心 提供金牌客户服务——用最好的服务赢得客户的热爱 从客户满意到顾客惊喜——超越义务的界限

第二课 如何度量 客户满意度 客户需求调查——问问顾客怎样才能使他满意 工欲善其事，必先利其器——正确评估客户满意度的方法 客户满意度测量——满意度调查六步曲 走出测量误区——对实施客户满意度调查的建议

第三课 谁才是你的重点客户 识别重点客户——20%的客户创造80%的利润 分极是必要的——区别对待不同级别的客户

第四课 与客户的结盟之道 让顾客愉快地接受——帮助客户精确设定期望值 与客户建立直接关系——戴尔与客户的结盟之道 缔造双赢——与客户结成伙伴关系 把客户当成“自己人”——增进与客户的密切关系 成功沟通——与客户交流的最佳策略 从可疑者到展望者——客户异议的处理技巧

第五课 服务！ 服务！ 还是服务 换位思考——站到客户的立场上 个性化营销——为客户量身定做 抓住关键阶段——一切皆以客户为中心 因地制宜——关注客户需求的变化 快捷服务——对客户的需求迅速作出瓜尖人一走，茶就凉？——做好售后服务

第六课 客户关系管理 CRM理念——实现客户分级管理的智慧 CRM流程——有效落实客户关系管理 客户数据库——CRM的技术支持利器 使自己的CRM善解人意——CRM与个性化营销优化与老顾客的关系——CRM与提升客户忠诚度 警惕——客户关系管理的三个误区

第七课 培养重点客户的忠诚度……

第八课 加强企业团队销售能力

第九课 对待客户投诉需谨慎，再谨慎

<<赢得重点客户满意的9堂课>>

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>