

<<电话外呼指南>>

图书基本信息

书名：<<电话外呼指南>>

13位ISBN编号：9787801868909

10位ISBN编号：7801868900

出版时间：2008-8

出版时间：东方出版中心

作者：日本大宇宙集团公司 著，上海特思尔大宇宙商务咨询有限公司 译

页数：248

字数：210000

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>

<<电话外呼指南>>

内容概要

所谓的MCM就是transcosmos公司创造出的一种概念，是利用多种渠道进行信息搜集，设立假设，发出信息，最后验证效果的一系列过程。

而且，毋庸置疑，在实践MCM的各环节中，发出信息功能，具体到transcosmos公司，也就是电话外呼这一环节，尤为重要。

但是就现状来看，系列介绍电话外呼方法论的资料还为数不多。

transcosmos公司自2002年开始着手自主研发为企业提供高价值电话外呼服务的系统——精确而具操作性的优化外呼系统（Mathematical and Operational Optimized Otbound svstem，简称MO3）。

现在，公司在推进服务系统开发进程的同时，也正努力地为更多的客户提供以MO3为基础的电话外呼服务，而本书正是对MO3方法论的系统整理。

这本书展现了transcosmos公司高价值的电话外呼服务，在公司内部经过了广泛的讨论。

但由于基于电话的信息输出业务（即外呼业务）涉及内容复杂，人们对此评价不一。

为了维护和提高电话外呼渠道的地位，我们决定在日本完全实施《个人信息保护法》之后再出版本书。

如果本书能够帮助电话外呼获得“商业过程中正当的手段”这一高度评价，将深感荣幸。

作者简介

(日) transcosmos公司, 致力于信息外包产业的发展, 创始于1966年, 总部设在东京。现有员工25000多人, 在全世界拥有30多个分支机构, 是世界第四大、日本第一大且最著名的外包客户互动服务专家。

2002年, trariscosmos公司潜心打造营销链管理 (Marketing Chain Management) 的

<<电话外呼指南>>

书籍目录

原著序本书的读法第一章 关于电话外呼 电话外呼是什么 电话外呼的作用 电话外呼的适用类型 电话业务的特征和性质 不断扩大的电话外呼市场 呼叫中心的金字塔组织 话务员的非正式职员化 《个人信息保护法》的对应策略是否全面 其他和外呼相关的法规第二章 顾客争夺时代的电话外呼 “顾客争夺时代”的到来 电话外呼以“灵活性”的竞争取胜 战略立案、业务管理、结果验证的重要性 3大陷阱与12种处方 成功电话外呼的本质第三章 针对3大陷阱的处方 抓住顾客的“战略立案” 战略立案的陷阱 实施电话外呼的大前提 有关战略立案方面的问题与处方 处方01：选择潜在顾客较多的区域 处方02：选择合适项目的渠道 处方03：设定最佳的联系时间 处方04：设计科学的语句 不要忘记顾客的立场第四章 针对3大陷阱的处方 创造最优化模式的“业务管理” 业务管理的陷阱 处方05：通过测试进行行动前的验证 处方06：设计灵活的业务模式 处方07：加入制约条件的资源分配 处方08：ROI和LTV的测定及预测和实际情况的管理第五章 针对3大陷阱的处方 制作成功模式的“结果验证” 结果验证的陷阱 处方09：根据成功法则的整理进行业务模式的改良 处方10：成功模式的阶段性导入 处方11：奖励主动提出的改善方案 处方12：形成追求利润的团队文化第六章 实例：拯救减肥食品邮购公司！
从订购率低迷的漩涡中解放出来 电话外呼销售的苦恼 科学的证明 项目中的危机第七章 呼叫中心的“健康检查” 通过灵活的业务改善在顾客争夺战中取胜第八章 成功的呼叫中心的做法 新建呼叫中心的过程第九章 询问呼叫中心佼佼者 电话外呼的发展前景第十章 呼叫中心的未来参考文献撰稿人简介译后记

<<电话外呼指南>>

编辑推荐

客户争夺时代的电话营销必读书目，日本第一呼叫中心外包商，市场营销和呼叫中心的专业运营集团transcosmos凝聚40多年的专业技术知识。
解说12种处方，走出电话外呼3大陷阱，远离压迫式、高重复、低效率劳动。

<<电话外呼指南>>

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>