

<<顾客满意之道>>

图书基本信息

书名：<<顾客满意之道>>

13位ISBN编号：9787030185709

10位ISBN编号：7030185706

出版时间：2007-3

出版时间：科学出版社

作者：武田哲男

页数：211

译者：刘卫颖

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>

## <<顾客满意之道>>

### 内容概要

“顾客是上帝”这句话我们再熟悉不过了，对于提高顾客满意度这个老生常谈的问题，本书针对目前社会的发展给出了全新的注释，只要掌握了这些看似简单的技巧，那么每一个经营者都可以从容应对顾客，从而实现事业成功的梦想。

本书从实用角度出发，论述了让顾客满意的真正意义，实现顾客满意的要点，顾客的满意与不满意的原因，将顾客的不满意信息转化为提升业绩的契机，顾客信息管理系统和与顾客面对面交流同样重要，以及顾客满意活动的实施步骤等。

相信本书一定会有助于企业管理及营销人员防止顾客流失，获得新的顾客，提高营销业绩，为企业带来更大的回报。

本书适合企业经营者、管理者及营销人员阅读。

## <<顾客满意之道>>

### 作者简介

武田哲男，（株）武田管理系统董事长。  
1962年进入（株）服部時計店（现在的精工（株）），就职于（株）和光。  
在工作约十年后，离职。  
在中小企业任职之后，开设了武田商品研究所。  
之后变更为现在的公司名。

武田哲男一直重视面对顾客的现场环境，从“服务管理”、“服务

## <<顾客满意之道>>

### 书籍目录

第1章 理解顾客满意的真正含义 1 为什么很多企业致力于CS活动 2 首先要加深对CS的理解 3 顾客是谁 4 顾客的范围 5 所谓顾客就是C·D·E·S 6 CS活动的基础 7 CS活动的定义 8 CS活动的内容 9 CS = CSM (CS Management) 第2章 致力于CS的思想准备 1 推进新企业理念的建构 2 理念、战略、方法三位一体 3 企业开展CS的步骤 4 没有最高领导的关注就不会成功 5 全公司都参与活动才是根本 6 不能脱离总公司、总部“谈CS” 7 与客户一起致力于CS 第3章 顾客的满意与不满意 1 不同的对象,不同的满意与不满意 2 什么是服务品质管理 3 服务的框架 4 没有不满意就等于满意吗 5 将满意与不满意指标化 6 满意与不满意的构成 7 顾客的“满意度”调查 8 满意度、不满意度调查的分数 9 什么是顾客“不满意度调查” 10 不被承认的被动服务 11 六四(60:40)定律 12 抑制顾客流失率 13 顾客流失化对策唤回顾客 14 满意、差不多、不满意的分歧点 15 对顾客的承诺 16 “抱怨”就是一座宝山 第4章 顾客的“不满”拉动业绩增长 第5章 顾客信息管理系统及一对一的交流 第6章 CS活动的步骤 第7章 顾客满意实例集

<<顾客满意之道>>

编辑推荐

《顾客满意之道》适合企业经营者、管理者及营销人员阅读。

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>