

<<制胜之法>>

图书基本信息

书名：<<制胜之法>>

13位ISBN编号：9787111134060

10位ISBN编号：7111134060

出版时间：2004-1

出版时间：机械工业

作者：冶鲁

页数：354

字数：372000

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>

<<制胜之法>>

内容概要

本书介绍了在竞争加剧、销售“漏斗”的客观存在，使得越来越多的经营性组织机构将潜在顾客的开发与管理纳入到营销的策略之中，并将其作为一切销售战略的基础的客观背景下，企业如何发现、挖掘、筛选及管理顾客。

在本书中，向读者提供了大量的方法、技巧及可资借鉴的案例，对企业实施成功的顾客关系管理极具价值。

<<制胜之法>>

书籍目录

丛书序第一章 潜在顾客关系管理 第一节 潜在顾客的概念及其意义 第二节 潜在顾客、准顾客和用户间的比较 第三节 潜在顾客管理的常见问题 第四节 潜在顾客管理的理论依据 第五节 定义潜在顾客的基础工作——收集数据与调研 第六节 定义潜在顾客 第七节 寻找潜在顾客第二章 准顾客关系管理 第一节 准顾客关系管理的常见问题 第二节 准顾客开发策略 第三节 准顾客开发原则 第四节 准顾客购买资格评审 第五节 有效接近或接触准顾客 第六节 将准顾客成功转化为用户第三章 用户关系管理 第一节 用户投诉 第二节 用户服务第四章 顾客满意管理 第一节 顾客满意的发展 第二节 顾客满意的概念与意义 第三节 顾客满意的层次与分类 第四节 顾客满意的指标体系 第五节 顾客满意战略 第六节 顾客满意管理的导入与实施 第七节 顾客满意的调研方法 第八节 顾客满意与质量管理 第九节 顾客满意案例第五章 顾客忠诚管理 第一节 顾客忠诚 第二节 伪顾客忠诚 第三节 顾客忠诚的要素与衡量标准 第四节 建立顾客忠诚第六章 呼叫中心 第一节 呼叫中心的发展 第二节 呼叫中心的概念与意义 第三节 呼叫中心的基本结构与分类 第四节 建立呼叫中心 第五节 呼叫中心的应用

<<制胜之法>>

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>