

<<客户投诉管理>>

图书基本信息

书名：<<客户投诉管理>>

13位ISBN编号：9787115141705

10位ISBN编号：7115141703

出版时间：2006-1

出版时间：人民邮电出版社

作者：张梅

页数：199

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>

<<客户投诉管理>>

内容概要

本书从认识投诉、处理投诉、预防投诉、管理投诉四个方面，深刻全面地分析了客户投诉管理。具体内容包括有关投诉的知识、投诉处理的原则、如何预防投诉、投诉管理的章法、传媒管理与危机公关（含案例）等。

本书适合企业各级管理人员，尤其是客户服务经理、客户投诉经理、地区服务经理、地区销售经理、一线的服务经理、服务人员、销售人员，以及其他直接或间接与客户接触的服务或业务人员阅读。

<<客户投诉管理>>

作者简介

张梅，1998年毕业于北京大学，获法学硕士学位，同年进入某大型电信企业深圳分公司工作至今。历任分公司首席法律顾问、综合部门及客户服务部门管理职位，先后负责公司法律管理、传媒宣传、信息情报、服务质量监督、综合行政管理、呼叫中心客户服务管理等工作。

<<客户投诉管理>>

书籍目录

第1章 知己知彼，全面了解投诉“零投诉”是天真的梦想那些不投诉悄悄走掉的人对企业伤害最大为什么投诉：企业检讨为什么投诉：消费者分析为什么投诉：政府监管和社会原因投诉过程的四个心理效应投诉客户的六大心理状态第2章 投诉处理宝典一般投诉处理重大投诉的识别和处理原则店面冲突：如何应对情绪激动的消费者出尔反尔的投诉者所有处理投诉的人都被投诉找茬占小便宜的投诉者破口大骂的投诉者醉翁之意不在酒的投诉者天价索赔精神损害赔偿人身伤亡赔偿敲诈勒索问题赔偿话题的总结你们必须登报公开道歉遭遇“王海”遭遇群体性投诉可不可以认错法律顾问在投诉处理中的角色企业高层什么时候出面与消协合作结语：对企业的忠告第3章 防范胜于救灾，重视投诉预防市场调查：三个环节一个都不能少广告、宣传：不能把营销变成服务的对敌举足轻重的IT系统严谨的法律和业务论证生产过程(业务过程)有案可查业务流程管理创建暴露问题的企业文化暴露问题要有办法和制度第4章 没有规矩不成方圆：投诉管理的章法客户投诉管理办法分工与部门协作知识管理上报、预警、分析和跟踪投诉管理部门的组织架构和职能人员的培训、考核和休养第5章 考验投诉管理：传媒管理与危机公关当前中国社会的传媒特点与危机公关发展现状传媒资讯监测企业的新闻发布管理与传媒沟通的技巧建立危机预警机制组建危机管理机构传媒公关危机管理的三原则和三阶段传媒管理与危机公关经典案例附录中华人民共和国消费者权益保护法中华人民共和国民法通则最高人民法院关于贯彻执行《中华人民共和国民法通则》若干问题的意见(试行)中华人民共和国合同法(总则部分)中华人民共和国产品质量法最高人民法院关于确定民事侵权精神损害赔偿责任若干问题的解释

<<客户投诉管理>>

编辑推荐

客户投诉是客户与企业矛盾的直接表现，是客户对企业市场行为的置疑；客户投诉与社会思潮、舆论导向、政府监管等宏观层面的因素也有着密切的相关性；与客户个性特征、消费心理、投诉心理更是密不可分。

客户投诉管理极具综合性，涉及企业业务管理、人员管理、流程管理、公关传媒等多个方面。处理客户投诉的人员既需熟悉被投诉产品、产品服务，又需要了解相关的法律知识，把握政策，掌握一定的心理学知识。

目前国内企业在客户投诉管理上的通病是战略有余，策略不足；理念领先，方法滞后。在领略了众多令人目眩的管理理论和各种“主义”之后，本书是为数不多的真正认真研究实际问题的一本实际作用书。

客户投诉管理极具综合性，涉及企业业务管理、人员管理、流程管理、公关传媒等多个方面，而不仅仅是客户服务部门的职责。

本书从认识投诉、处理投诉、预防投诉、管理投诉四个方面，深刻地分析了客户投诉管理。

具体内容如下：知己知彼，全面了解投诉；投诉处理宝典；防范胜于救灾，重视投诉预防；没有规矩不成方圆：投诉管理的章法；考验投诉管理：传媒管理与危机公关（含案例）。

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>