<<如何提高客户满意度>>

图书基本信息

书名：<<如何提高客户满意度>>

13位ISBN编号：9787506018821

10位ISBN编号：7506018829

出版时间：2004-5-1

出版时间：东方出版社

作者：武田哲男

页数：200

译者：李伟

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>

<<如何提高客户满意度>>

内容概要

提高客户满意度已成为时下的一种潮流。
其实，让客户满意本来就是经营的基本要求，而不应该成为潮流。
因为潮流是转瞬即逝的，事过境迁后，人们的注意力就会转移到别的事物上去。
但是，提供服务或让客户满意不能因潮流的消失而淡漠。

不论是企业还是政府机构，抑或是个体商店，为了让客户满意或实现某种服务，都必须付出孜孜不倦的努力。

服务的基本含义是什么？
如何能让所有的客户都满意？
本书即由此出发，全面探讨了“提高客户满意度”这一所有企业必须面对的课题，并结合众多经典案例详细介绍了推进CS的方法与具体步骤。
在全书的最后，作者还专门辟出一章，帮助读者测试CS推进的要点，确保读者真正掌握CS法则。

<<如何提高客户满意度>>

作者简介

武田哲男，日本当代广受赞誉的客户服务专家。
历任中小企业干部、公司董事、经营顾问等职。
大学经济学系毕业后，进入一直因高品质产品和服务而广受赞誉的和光股份公司工作，之后创建武田商品研究所（后改名为武田管理系统股份公司）。
武田（公司）从重视一线的角度对企业、组织或团体的各种课题、要求给予支援，至今已经向大给190个待业提供过咨询，在建立以CS服务推进、顾客信息管理、零售支持系统为基础的营销组织方面取得了许多成果，赢得了客户的高度赞誉。

<<如何提高客户满意度>>

书籍目录

前言第一章 时代的要求是“让顾客满意”市场在变化，消费在变化决定成熟时代销售的关键在多变的时代，要掌握解决各种问题的手段瞄准买新换旧——增加购置市场劳动力短缺导致服务低下，甚至引起事故第二章 理解CS的真正含义企业高层要身先士卒推进CS公司全体都必须致力于CS实现CS管理顾客信息的方法理解“吸引顾客—抓住顾客—固定顾客喜好”的循环第三章 让顾客满意的服务服务是另一种商品错误的服务服务的两个方向重要的人员服务拥有主攻课题、支持人员服务的实例第四章 推进CS的具体步骤有没有形成基本态度从成功事例中得到启发推进CS的对象与难易度汽车销售商的成功案例从抱怨中得到让顾客满意的启发了解不满与投诉的差别如何推进小组活动消除差别、提供高品质服务的旅馆案例第五章 推进CS的顾客信息管理要了解顾客管理的涵义以信息管理为基础的支持政策零售店的顾客信息管理与活动案例第六章 CS必须要有基本理念让理念渗透公司上下一张宣传单也要引入第七章 从案例中学到的CS推进方法丰田的CS活动——社长的阵前指挥迎来第三年松下电器——回到出发点寻找顾客东日本铁路公司（JR东日本）的CS活动旭化成住宅事业部的CS情况安田火安海上保险的CS活动圣玛利安娜医科大学横滨市西部医院的CS活动杉谷马事公园杉谷马术俱乐部的CS活动第八章 推进CS的101个测试要点

<<如何提高客户满意度>>

媒体关注与评论

近年来，欧美管理著作被大量翻译引进，但因其大多偏宏观、重理念与思想而轻实战，且在思维方式上与中国读者存在较大差异，真正能够为中国管理者吸收消化并付诸实践的其实不多。

日本企业的强大竞争力举世公认，它们在经营策略、管理技术上有着许多独到之处。日本的管理经典作品很好地体现了重微观、重实用与操作性等特点，值得也适合中国企业认真借鉴；此外，由于中日在文化与思维方式等方面的相似性，日本的管理技术与成功经验更易于为中国企业所吸收。

有鉴于此，我们计划大批引进在日本深受欢迎的管理著作，为中国管理者倾力奉献即实用又适用的管理经典，以推动中国企业管理水平与竞争能力的提升。

<<如何提高客户满意度>>

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>