

<<怎样与顾客建立持久的关系>>

图书基本信息

书名：<<怎样与顾客建立持久的关系>>

13位ISBN编号：9787506425773

10位ISBN编号：7506425777

出版时间：2003-5

出版时间：中国纺织出版社

作者：赵文军

页数：499

字数：340000

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>

<<怎样与顾客建立持久的关系>>

内容概要

只要做到顾客流失率低于5%，你的企业每年可得到50%的盈利增长。

与顾客持久关系的建立和维系，重要的基础就是建立顾客的忠诚。

那么，什么是新时代的顾客忠诚？

怎样度量顾客的忠诚？

这些，是经营者应当了解的。

本书认为，顾客忠诚靠培养。

顾客忠诚的培养一要着眼于价值，二要着眼于满意，三要着眼于服务，四要着眼于奖励，五要着眼于文化，六要着眼于维护。

同时，员工与投资商也是与顾客忠诚息息相关的重要因素。

CRM，是客户关系管理的新概念，对企业有效建立与顾客之间的关系具有重要的实用价值。

本书对此将给予介绍。

<<怎样与顾客建立持久的关系>>

作者简介

赵文军 女1972年5月生，毕业于对外经济贸易大学，工商管理硕士。
曾就职于经贸部下属中国包装进出口总公司，从事进出口贸易，现任西门子传输系统有限公司销售商务经理，具备丰富的进出口业务和招投标项目经验。

<<怎样与顾客建立持久的关系>>

书籍目录

第一章 分析和研究顾客 你真正了解顾客吗？

消费心理趋向分析 顾客素质分析 顾客角色分析 客户信用评价 购物行为研究（一）：行为模式 购物行为研究（二）：介入程度 购物行为研究（三）：低度参与 布朗教授的新发现：顾客的“可折磨性” 对顾客的跟踪监测第二章 面对面争取顾客 埃尔默的销售额 现场能力的重要 第一个环节：跨越销售的障碍 第二个环节：锁定“第一顾客” 第三个环节：从顾客的角度出发 第四个环节：先了解顾客而后动 第五个环节：留意购买信号 第六个环节：不让他说“不” 第七个环节：诱惑 第八个环节：成交关头 争取顾客的接待艺术 争取顾客的示范艺术 争取顾客的行为艺术 争取顾客的展示艺术第三章 与顾客有效沟通 戴尔：与顾客沟通的表率 沟通以“诚” 沟通以“心” 语言的运用（一）：明白易懂 语言的运用（二）：善于询问 语言的运用（三）：精于表达 沟通之要（一）：掌握主动权 沟通之要（二）：循序渐进的步骤 沟通之要（三）：有“给予”，有“索取” 沟通之要（四）：解开价格情结 沟通之要（五）：以沟通的次数打动顾客 沟通之要（六）：会打电话 以沟通成就及时营销第四章 为顾客完善服务 优质服务时代的到来 波音：奉献超一流服务 认识服务（一）：路遥知马力 认识服务（二）：温馨的界面 服务要有规范 服务要有特色……第五章 培养和积累顾客群第六章 建立顾客的忠诚第七章 顾客关系的创新第八章 驾驭顾客的精神层面（一）：感性第九章 驾驭顾客的精神层面（二）：内心第十章 导入CRM

<<怎样与顾客建立持久的关系>>

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>