

<<客户服务技巧>>

图书基本信息

书名：<<客户服务技巧>>

13位ISBN编号：9787513607902

10位ISBN编号：7513607907

出版时间：2013-1

出版时间：中国经济出版社

作者：魏中龙 编

页数：161

字数：230000

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>

<<客户服务技巧>>

内容概要

随着世界经济一体化步伐的加快、国际市场经济发展日益活跃，我国企业在国内、国际市场上的竞争也日趋激烈。

然而，目前存在着客户管理专业人员的巨大需求与客户管理专业人员严重短缺的突出矛盾。

为了解决这一矛盾，多渠道、多层次、多方面加快复合型实用人才的培养，促进企业持续、健康发展，中国市场学会决定，在全国共同实施《客户服务技巧》。

《客户服务技巧》既是中国客户管理专业水平证书考试证书课程，又是高等教育自学考试客户管理专业的课程。

<<客户服务技巧>>

书籍目录

- 第一章 导论
- 第一节 客户服务技巧概述
- 第二节 本书的结构和内容
- 第二章 认知客户
- 第一节 客户需求认知
- 第二节 客户识别
- 第三章 接待客户
- 第一节 接待客户的准备
- 第二节 客户服务语言技巧
- 第三节 客户服务中的身体语言技巧
- 第四节 客户电话服务技巧
- 第四章 满足客户
- 第一节 理解客户期望
- 第二节 有效倾听的技巧
- 第三节 满足客户的基础服务期望
- 第四节 满足客户的个性化服务、附加性服务和惊喜服务期望
- 第五章 维系客户关系
- 第一节 客户流失的原因
- 第二节 提升客户的满意度
- 第三节 提升客户的忠诚度
- 第六章 应对棘手的客户
- 第一节 识别棘手的客户
- 第二节 应对棘手客户的原则和流程
- 第三节 应对棘手客户的技巧
- 第七章 处理客户抱怨
- 第一节 正确认识客户抱怨
- 第二节 处理客户抱怨六步骤
- 附：《客户服务技巧》考试大纲
- 后记

<<客户服务技巧>>

章节摘录

4.提高服务质量 企业的每位员工,都应该致力于为客户创造愉快的购买经历,并时刻努力做得更好,超越客户的期望值。

要知道经常接受企业服务而且感到满意的客户会对企业作正面的宣传,而且会将企业的服务推荐给朋友、邻居、生意上的合作伙伴或其他人。

他们会成为企业“义务”的市场推广人员。

许多企业,特别是一些小型企业,就是靠客户的不断宣传而发展起来的。

在这种情况下,新客户的获得不再需要企业付出额外的成本,但显然又会增加企业的利润。

5.提高客户满意度 客户满意度在一定意义上是企业经营“质量”的衡量方式。

通过客户满意调查、面谈等,真实了解企业的客户目前最需要的是什么,什么对他们最有价值,再想想他们能从你提供的服务中得到这些价值的最好的做法。

但是,除了销售活动、售后服务和企业文化等因素外,客户满意度的高低还会受法律等其他一些强制性约束条件的影响。

对于那些由于心理特性和社会行为方式而背离的曾经忠诚过的客户,放弃无疑是企业的最佳选择。

从这个意义上讲,企业应该尽可能地提高客户满意度,而非不惜一切代价致力于全面的甚至极端的客户满意。

6.超越客户期待 不要拘泥于基本和可预见的水平,而应向客户提供其渴望的甚至是意外惊喜的服务;在行业中确定“常规”,然后寻找常规以外的机会,给予超出“正常需要”的客户以更多的选择。

客户是会注意到你的高标准服务的。

也许这些可能被企业的竞争对手效仿,但企业只要持续改进就一定不会落于人后。

.....

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>