第一图书网, tushu007.com

<<店铺VIP顾客管理>>

图书基本信息

书名：<<店铺VIP顾客管理>>

13位ISBN编号：9787802345003

10位ISBN编号：7802345006

出版时间：2009-11

出版时间：中国发展

作者：高彩凤

页数：189

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

前言

开店是创业经营的开始。
世界上很多著名的企业家和富豪们都是从经营店铺起步的，比如零售业航母沃尔玛的创始人萨姆·沃尔顿，亚洲首富李嘉诚年轻的时候也是在店里当伙计，从事销售工作。
这些人从店铺经营中掘得“第一桶金”，自此踏上了创业发家的历程。
然而，就在人们把开店作为投资和再就业的理想渠道时，许多店铺经营者却大吐苦水，感叹竞争激烈，生意难做。
的确，在十米一小店、百米一大店的竞争环境中，要想成功地经营好一家店铺确非易事。
各方面的工作都要做到位，各个环节都不能出错。
为了解决店铺经营者的管理问题，我们对几十家通过经营壮大的零售连锁企业进行了全方位的研究，包括沃尔玛、国美电器、苏宁电器、迪信通、宜家等企业，旨在找出中小店铺的成功秘诀，发掘中小店铺的经营绝学。
在分析与研究的时候，我们发现，长期以来，店铺的经营管理者缺少系统的、理论与实践相结合的日常经营管理方法。
很多店铺管理者游弋于各种五花八门的理念之间，却无法解决日常运营管理中的具体难题。
所以，打造一套终端店铺常用的、可查询的管理图书，是目前的当务之急，也是编撰这套书的初衷。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书首先阐述了店铺VIP顾客管理在终端零售业中的重要作用，从介绍VIP顾客的满意度、忠诚度等内容入手，对店铺VIP顾客的吸纳、管理等各种问题进行了详细地解读。
全书注重从细节入手。
立体地描述了店铺应该如何为VIP顾客服务，并结合现实，总结了店铺为VIP顾客服务的若干种方法。

<<店铺VIP顾客管理>>

书籍目录

第一章 了解VIP顾客 VIP顾客的价值体现 顾客金字塔模型 运用顾客金字塔模型对顾客分类管理第二章 了解顾客满意度 怎样进行顾客满意度调查 神秘顾客调查法——从内部找出服务问题 顾客满意调查总结——四分图模型第三章 了解VIP顾客忠诚度 VIP顾客忠诚度调查 八个角度提升顾客忠诚度 跟踪VIP顾客的需求 制定VIP顾客挽留计划第四章 服务VIP顾客的方法 VIP顾客服务决策 VIP顾客服务要标准化 让VIP顾客享受人性化服务 给VIP顾客尊贵的个性化服务 让VIP顾客享受服务创新 让VIP顾客有优先体验特权 VIP顾客服务要一对一 创造热情的交易气氛第五章 开发VIP顾客的方法 VIP顾客开发 掌握VIP顾客的销售动态第六章 VIP顾客档案管理 VIP顾客管理的基础工作 店铺VIP顾客分级 与VIP顾客情感联系的渠道第七章 化解VIP顾客投诉 VIP顾客投诉处理流程及技巧 处理顾客抱怨时的措词 VIP顾客投诉管理

章节摘录

插图：（4）重铅层级顾客重铅层级顾客基本不能给零售企业带来盈利。
他们的要求很多，超过了他们的消费支出水平和购买能力对应的要求，有时他们是问题顾客，向他人抱怨，消耗零售企业的资源。
联想是中国IT行业的龙头企业。
它不仅仅是中国最大的Pc制造商，而且有着中国最大的品牌销售店铺——遍布各地的联想专卖店。
联想之所以能够从无到有，从小做大，成为世界一流的PC品牌，其终端的VIP顾客分类政策可以说是功不可没。
联想在终端一向秉承“ VIP顾客第一 ”的原则，在VIP顾客服务的诸多方面都有着不俗的表现。
在VIP顾客细分方面联想更是走在了所有同行业者的前面，早在20世纪90年代初期，联想在推出自己的电脑时就针对不同的VIP顾客推出了不同品级的电脑商品。
现在的联想根据VIP顾客的特点，建立了“ 大VIP顾客市场部 ”、“ 地方专员 ”、“ 行业代理 ”三级营销服务机构。
这其中，大VIP顾客市场部处于最高级别，这个部门根据全国不同行业的特点，设立了由熟悉相关领域和行业的专业服务人员所组成的服务小组，由这些有相关专业背景的服务小组对目标VIP顾客进行最优质的专业服务，极大地提高了VIP顾客对联想的满意度。
在联想集团看来，传统的市场细分法则已经不能适应新经济形势下的VIP顾客需求。
因为传统的VIP顾客细分是根据地理位置以及VIP顾客的生活环境等标准进行细分，而现在VIP顾客细分应该是从市场细分中进化而来的。
VIP顾客的细分是对市场细分的一种跨越式进化，是基于综合VIP顾客前景和VIP顾客利润贡献度等指标而提出的概念。

<<店铺VIP顾客管理>>

编辑推荐

《店铺VIP顾客管理》：让顾客变信徒20%的顾客创造80%的业绩，VIP是终端最稳定的利润源。
然而在零售终端的“泛卡时代”，VIP尊贵何在？
信任流失，你的VIP顾客正在迅速流失，持卡不购，不再对你情有独钟！
如何唤回那个渐行渐远的“贵人”？
复兴VIP，敲醒睡眠卡，锁住VIP顾客心——切将从《店铺VIP顾客管理》开始。
目前，各行各业的竞争都已进入到白热化的阶段，并最终体现在零售终端市场的竞争上。
为更好地传播零售行业的经营管理知识，为广大零售从业人员服务，我社推出了“零售商学院”系列品牌图书。
本系列品牌图书贯彻“专业图书，提升零售业核心竞争力”的出版理念，专注于中国零售业态的经营和管理，将零售业咨询与培训服务的知识成果转化成书籍，并以此打造中国零售行业必选的培训教材。

第一图书网, tushu007.com

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