

<<大客户战略管理>>

图书基本信息

书名：<<大客户战略管理>>

13位ISBN编号：9787111229933

10位ISBN编号：7111229932

出版时间：2008-1

出版时间：机械工业

作者：丁兴良

页数：229

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>

<<大客户战略管理>>

内容概要

发我们意识到大客户到企业发展具有战略意义的时候，我们确实有必要对这群处于金字塔顶端的客户花心思去经营，大客户到底有多重要？

怎样才能最终留住大客户，留住大客户有一定的规律可循吗？

我们该怎样去实现呢？

本书将告诉你答案。

本书介绍了大客户管理的具全实施方法、大客户管理的应对策略、大客户的阶段分析、大客户管理的具体安排和制定等。

本书有助于大客户战略专定和大客户经理树立和培养科学的观点并成功地实施大客户管理。

<<大客户战略管理>>

书籍目录

前言第一章 大客户与大客户管理引言 大客户管理是什么第一节 大客户管理对企业战略目标实现所具有的意义第二节 大客户管理是商业活动而不是销售活动第三节 大客户管理程序第四节 大客户管理的盈利性分析第二章 大客户管理的组织架构引言 组织结构是企业实现战略目标的载体第一节 企业常见组织结构及其优缺点第二节 大客户管理的组织结构第三节 大客户组织管理与企业组织结构的匹配第四节 大客户组织中各部门之间的冲突第三章 大客户管理的团队引言 大客户的管理是一个团队工程第一节 大客户团队的建设与领导第二节 大客户经理制及大客户经理的能力模型 第三节 大客户管理团队职责及各成员角色第四节 大客户管理中的绩效考核与薪酬设置第四章 大客户管理的实施引言 大客户的管理是一个系统 第一节 大客户管理实施关键第二节 大客户管理的应对策略第三节 大客户管理的阶段分析第四节 大客户管理中的计划安排和制定第五章 大客户管理中的项目管理引言 项目以客户的采购流程为出发点第一节 项目型销售与流程管理系统 第二节 分析客户内部的采购流程第三节 大客户销售推进流程第四节 销售里程碑与判断标准第五节 项目型销售的成交管控系统 第六节 销售漏斗在项目管理中的运用第六章 大客户管理的发展引言 E时代大客户的管理是一个动态的过程第一节 大客户管理的发展方向第二节 大客户管理所面对的环境发展第三节 大客户管理 所面对的环境发展

<<大客户战略管理>>

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>