

<<快递客户服务与营销>>

图书基本信息

书名：<<快递客户服务与营销>>

13位ISBN编号：9787114086144

10位ISBN编号：7114086148

出版时间：2010-12

出版时间：人民交通

作者：国家邮政局

页数：127

字数：203000

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>

## <<快递客户服务与营销>>

### 内容概要

《快递客户服务与营销》由国家邮政局组织编写，在分析快递客户特点和需求的基础上，提出了快递客户开发的主要内容和客户维护的方法和技巧，分析了快递市场营销的各种策略，并针对当前和未来电子商务与快递结合的特点，分析了网络时代的快递客户服务与营销方式并提出建议。

《快递客户服务与营销》为快递专业(方向)高职教育教学推荐用书，可作为中职、本科等层次相关专业人才培养参考用书，也可供快递物流相关企业各层次管理人员、专业技术和技能型人员参考使用。

## <<快递客户服务与营销>>

### 书籍目录

- 第一章 快递客户分析
  - 第一节 快递客户概述
  - 第二节 快递客户分类
  - 第三节 快递客户需求分析
- 第二章 快递客户开发
  - 第一节 制订快递客户开发计划
  - 第二节 快递客户调查
  - 第三节 快递客户购买行为分析
  - 第四节 快递客户开发过程
- 第三章 快递市场营销策略
  - 第一节 快递目标市场策略
  - 第二节 快递产品营销策略
  - 第三节 快递产品价格策略
  - 第四节 快递企业促销策略
- 第四章 快递客户维护
  - 第一节 快递客户维护概述
  - 第二节 呼叫中心管理
  - 第三节 客户关系管理
  - 第四节 客户流失分析
  - 第五节 快递客户维护的技巧
- 第五章 快递客户服务礼仪
  - 第一节 快递服务礼仪概述
  - 第二节 快递服务基本礼仪
  - 第三节 快递员工岗位礼仪
  - 第四节 快递员工日常交往礼仪
- 第六章 网络时代的快递服务
  - 第一节 电子商务与快递服务
  - 第二节 利用网络优化客户服务
  - 第三节 快递市场网络营销
- 参考文献

## <<快递客户服务与营销>>

### 章节摘录

(3) 中高端客户购买快递服务比较理性，所选的快递企业相对较固定，与快递企业合作周期较长。

(4) 中高端客户注重从快递企业的管理能力来看其可持续发展潜力，而不仅仅看其静态的实力和体制的安全性，看重快递服务的使用价值。

(5) 中高端客户更容易接受、尝试新的快递服务产品与新的增值服务。

(6) 中高端客户对快递服务信息的搜寻掌控能力强。

三、大众客户购买行为分析 大众客户也称为普通客户、低端客户，这类客户的数量较多。影响大众客户购买快递服务行为的主要因素有：(1) 大众客户一般不太考虑快递企业的品牌影响力和资质，对快递企业的服务方式、服务态度和服务水平的要求一般。

(2) 大众客户购买快递服务比较感性，往往选择价格低廉和传递速度能满足要求的快递企业，一般没有相对固定的寄件时间，与快递企业合作的周期较短。

(3) 大众客户一般不注重从快递企业的管理能力来看其可持续发展潜力，而关注快递企业的静态实力和体制的安全性。

(4) 大众客户不容易接受和尝试新的快递服务产品和新的增值服务。

(5) 大众客户一般不会特意收集快递企业的信息，而是凭直觉来选择快递企业。

四、中心商务区(CBD)客户群购买行为分析 随着全球化趋势的日益增强，中心商务区(CBD)客户群体的构成也在发生变化，其购买行为与中高端客户的购买行为存在很多相似性。对中心商务区客户群的购买行为分析，可从以下几种“疑虑心态”入手。

(1) 服务质量疑虑：快递企业的服务质量是否符合其要求，快递服务人员的综合素质是否与客户所在高档写字楼的环境要求相称等。

(2) 服务价格疑虑：快递企业所设定的快递服务价格体系是否合理，收取服务费用的方式是否适宜。

(3) 服务产品细节疑虑：快递服务细节对客户的影响较大，客户往往需要了解快递时限、运递环节、保价、理赔等细节后，才会购买快递服务。

(4) 服务承诺疑虑：在选择快递企业时，客户看重快递企业的服务承诺，如按时取件和投递、保险与理赔、快件跟踪查询等，对快递服务的时效性要求尤为严格。

(5) 服务费用疑虑：客户购买快递服务看重的是“物有所值”，如果费用高于客户心理预期值而又没有得到合理的解释，客户就会转向购买其他企业的快递服务。

(6) 增值服务疑虑：快递企业通常会在促销或者争取客户的阶段，推出相应的增值服务。这些增值服务是否有实际意义，能否如实兑现，都是客户购买快递服务时所考虑的因素。

第四节 快递客户开发过程 在快递企业开发客户的过程中，首先应识别潜在的快递客户，然后再针对客户的特点和潜在需求进行具体开发。

.....

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>