

<<客户服务管理体系设计全案>>

图书基本信息

书名：<<客户服务管理体系设计全案>>

13位ISBN编号：9787115293176

10位ISBN编号：7115293171

出版时间：2012-10

出版时间：洪冬星 人民邮电出版社 (2012-10出版)

作者：洪冬星

页数：542

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>

<<客户服务管理体系设计全案>>

内容概要

《客户服务管理体系设计全案》采用“岗位职责+制度+流程+工具+表单+方案”的结构模式，对客户调查开发与管理、客户关系管理、大客户管理、售后服务管理、客户投诉管理、客户信用管理、客户信息管理、呼叫中心管理、客户服务质量管理共9项客户服务管理内容进行了系统化设计，并提供了一些客户服务管理问题的分析与解决工作。

《客户服务管理体系设计全案》适合企业高层管理人员、客户服务管理人员、咨询师、培训师及高校相关专业师生阅读使用。

<<客户服务管理体系设计全案>>

书籍目录

第1章 客户服务管理体系 1 1.1 客户服务管理体系模块设计 3 1.1.1 客户服务管理体系九大模块 3 1.1.2 客户服务管理体系模块维度 4 1.2 客户服务管理体系维度设计 5 1.2.1 客户服务岗位职责设计 5 1.2.2 客户服务工作流程设计 6 1.2.3 客户服务管理制度设计 9 1.2.4 客户服务管理模型设计 11 1.2.5 客户服务实用表单设计 12 1.2.6 客户服务实施方案设计 13 第2章 客户调查开发与管理体系 17 2.1 客户调查开发与管理体系设计 19 2.1.1 客户调查开发与管理体系设计维度 19 2.1.2 客户调查开发与管理体系设计要素 19 2.2 客户调查开发与管理岗位设计 20 2.2.1 客户调查主管岗位职责 20 2.2.2 客户开发主管岗位职责 21 2.2.3 客户调查专员岗位职责 22 2.2.4 客户开发专员岗位职责 22 2.3 客户调查开发与管理制度设计 23 2.3.1 客户调查管理制度 23 2.3.2 客户开发管理制度 27 2.3.3 客户满意度调查细则 33 2.4 客户调查开发与管理流程设计 35 2.4.1 客户调查管理流程 35 2.4.2 客户信用调查流程 37 2.4.3 客户开发管理流程 39 2.4.4 客户满意度调查流程 41 2.5 客户调查开发与管理工具设计 43 2.5.1 客户购买类型分析 43 2.5.2 客户购买行为分析 43 2.5.3 客户开发获得模型 45 2.5.4 客户满意级度划分 46 2.5.5 客户满意度指标分析 46 2.5.6 客户满意度指标体系 47 2.5.7 客户忠诚度衡量指标 48 2.5.8 客户忠诚—满意模型 49 2.5.9 客户忠诚度管理模型 49 2.6 客户调查开发与管理表单设计 50 2.6.1 客户调查计划表 50 2.6.2 客户信息调查表 51 2.6.3 客户需求调查表 52 2.6.4 客户信用调查表 52 2.6.5 调查分析报告表 54 2.6.6 客户开发计划表 55 2.6.7 客户开发记录表 55 2.6.8 客户开发报告表 56 2.7 客户调查开发与管理方案设计 56 2.7.1 企业客户调查方案 56 2.7.2 客户满意度调查方案 60 2.7.3 客户满意度管理方案 64 2.7.4 客户忠诚度管理方案 66 2.7.5 客户开发业务管理方案 70 第3章 客户关系管理体系 79 3.1 客户关系管理体系设计 81 3.1.1 客户关系管理体系设计维度 81 3.1.2 客户关系管理体系设计要素 81 3.2 客户关系管理岗位设计 82 3.2.1 客户关系主管岗位职责 82 3.2.2 客户关系专员岗位职责 83 3.3 客户关系管理制度设计 84 3.3.1 客户拜访管理制度 84 3.3.2 客户提案管理制度 88 3.3.3 预订客户接待制度 91 3.3.4 随机客户接待制度 94 3.3.5 重点客户关系维护办法 97 3.3.6 网络客户关系维护办法 100 3.4 客户关系管理流程设计 102 3.4.1 上门拜访管理流程 102 3.4.2 客户关系维护流程 104 3.4.3 客户提案管理流程 106 3.4.4 客户拜访区域规划流程 108 3.4.5 客户招待用餐管理流程 110 3.4.6 预订客户来访的接待流程 112 3.4.7 随机客户来访的接待流程 114 3.5 客户关系管理工具设计 116 3.5.1 客户接待模型 116 3.5.2 客户拜访模型 116 3.5.3 客户分级标准 117 3.5.4 客户分级体系 117 3.5.5 客户分级工作评估 118 3.6 客户关系管理表单设计 119 3.6.1 客户分类管理表 119 3.6.2 客户层次分析表 120 3.6.3 客户分级管理表 121 3.6.4 客户接待记录表 121 3.6.5 客户拜访管理表 122 3.6.6 客户回访管理表 123 3.6.7 重点客户管理表 124 3.6.8 问题客户管理表 124 3.6.9 客户关系管理表 124 3.6.10 客户招待管理表 126 3.6.11 礼品馈赠申请表 127 3.6.12 客户提案管理表 127 3.7 客户关系管理方案设计 129 3.7.1 客户参观接待方案 129 3.7.2 客户关系促进方案 133 3.7.3 客户电话回访方案 135 3.7.4 客户馈赠管理方案 137 第4章 大客户管理体系 141 4.1 大客户管理体系设计 143 4.1.1 大客户管理体系设计维度 143 4.1.2 大客户管理体系设计要素 143 4.2 大客户管理岗位设计 144 4.2.1 大客户主管岗位职责 144 4.2.2 大客户专员岗位职责 145 4.3 大客户管理制度设计 146 4.3.1 大客户筛选制度 146 4.3.2 大客户综合管理制度 149 4.3.3 大客户信用调查制度 154 4.3.4 大客户特别管理规范 159 4.4 大客户管理流程设计 164 4.4.1 大客户筛选流程 164 4.4.2 大客户开发流程 166 4.4.3 大客户回访流程 168 4.4.4 大客户关系维护流程 170 4.4.5 大客户关系评估流程 172 4.4.6 大客户管理流程 174 4.4.7 大客户满意度调查流程 176 4.5 大客户管理工具设计 178 4.5.1 大客户筛选标准 178 4.5.2 大客户开发模型 178 4.5.3 现有大客户价值分析 179 4.5.4 潜在大客户价值分析 180 4.5.5 大客户忠诚度管理模型 181 4.5.6 大客户保持与客户终生价值的分析 182 4.5.7 大客户当前价值与潜在价值组合分析 182 4.6 大客户管理表单设计 183 4.6.1 大客户评定表 183 4.6.2 大客户档案表 183 4.6.3 大客户支持表 184 4.6.4 大客户月报表 186 4.6.5 大客户分析表 187 4.6.6 大客户问卷表 187 4.6.7 大客户意见调查表 188 4.7 大客户管理方案设计 189 4.7.1 大客户管理方案 189 4.7.2 大客户信息收集方案 191 4.7.3 大客户档案管理方案 193 第5章 售后服务管理体系 195 5.1 售后服务管理体系设计 197 5.1.1 售后服务管理体系设计维度 197 5.1.2 售后服务管理体系设计要素 197 5.2 售后服务管理岗位设计 198 5.2.1 售后服务主管岗位职责 198 5.2.2 售后服务专员岗位职责 199 5.3 售后服务管理制度设计 200 5.3.1 服务形象管理制度 200 5.3.2 售后服务操作规范 204 5.3.3 售后服务质量管理办法 212 5.3.4 售后服务质量考评办法 214 5.3.5 售后维修服务管理制度 217 5.3.6 售后服务培训实施管理制度 219 5.4 售后服务管理流程设计 223 5.4.1 售后培训费用预算流程 223

<<客户服务管理体系设计全案>>

5.4.2 售后培训方案制定流程 225 5.4.3 售后服务计划制订流程 227 5.4.4 售后服务方案制定流程 229 5.4.5 售后服务质量管理流程 231 5.5 售后服务管理工具设计 233 5.5.1 售后培训预算构成要素 233 5.5.2 售后培训目标与方法对应 233 5.5.3 售后服务质量的调查方法 234 5.5.4 服务质量补救机制五因素 235 5.6 售后服务管理表单设计 235 5.6.1 售后服务登记表 235 5.6.2 产品维修报告单 236 5.6.3 产品退换货汇总表 236 5.6.4 产品故障维修统计表 236 5.6.5 售后服务信息反馈表 237 5.6.6 售后服务网点分布表 238 5.6.7 售后服务例行检查表 238 5.7 售后服务管理方案设计 240 5.7.1 售后服务管理实施方案 240 5.7.2 售后服务满意度评价方案 245 5.7.3 售后维修专员绩效考核方案 247 第6章 客户投诉管理体系 251 6.1 客户投诉管理体系设计 253 6.1.1 客户投诉管理体系设计维度 253 6.1.2 客户投诉管理体系设计要素 253 6.2 客户投诉管理岗位设计 254 6.2.1 客户投诉主管岗位职责 254 6.2.2 客户投诉专员岗位职责 255 6.3 客户投诉管理制度设计 256 6.3.1 客户安慰制度 256 6.3.2 客户投诉受理办法 259 6.3.3 客户投诉处理办法 262 6.4 客户投诉管理流程设计 266 6.4.1 客户投诉分析流程 266 6.4.2 客户投诉接待流程 268 6.4.3 客户投诉处理流程 270 6.5 客户投诉管理工具设计 272 6.5.1 投诉数据分析步骤 272 6.5.2 客户投诉原因分析模型 272 6.5.3 客户投诉处理行为模型 273 6.6 客户投诉管理表单设计 274 6.6.1 客户投诉登记表 274 6.6.2 客户投诉调查表 275 6.6.3 客户投诉分析表 275 6.6.4 投诉处理管理表 276 6.6.5 客户投诉统计表 279 6.6.6 客户投诉处理函 280 6.7 客户投诉管理方案设计 280 6.7.1 避免投诉解决方案 280 6.7.2 客户投诉处理方案 283 6.7.3 抱怨处理及开发方案 286 第7章 客户信用管理体系 289 7.1 客户信用管理体系设计 291 7.1.1 客户信用管理体系设计维度 291 7.1.2 客户信用管理体系设计要素 291 7.2 客户信用管理岗位设计 292 7.2.1 客户信用主管岗位职责 292 7.2.2 客户信用专员岗位职责 293 7.3 客户信用管理制度设计 294 7.3.1 客户信用管理控制制度 294 7.3.2 客户信用调查工作规范 296 7.3.3 客户信用评估控制细则 298 7.4 客户信用管理流程设计 301 7.4.1 客户信用管理工作流程 301 7.4.2 客户信用评估工作流程 303 7.4.3 客户资信分级工作流程 305 7.4.4 客户资信控制工作流程 307 7.5 客户信用管理工具设计 308 7.5.1 客户信用分析模型 308 7.5.2 客户信用评价模型 309 7.5.3 客户信用风险分析模型 310 7.6 客户信用管理表单设计 310 7.6.1 客户信用评估申请表 310 7.6.2 客户信用评估分析表 311 7.6.3 客户信用度评判简表 312 7.6.4 客户资信限度核定表 313 7.6.5 客户信用变化分析表 313 7.7 客户信用管理方案设计 314 7.7.1 客户信用调查实施方案 314 7.7.2 客户信用等级评定方案 317 第8章 客户信息管理体系 327 8.1 客户信息管理体系设计 329 8.1.1 客户信息管理体系设计维度 329 8.1.2 客户信息管理体系设计要素 329 8.2 客户信息管理岗位设计 330 8.2.1 客户信息主管岗位职责 330 8.2.2 客户信息专员岗位职责 331 8.3 客户信息管理制度设计 332 8.3.1 客户信息管理制度 332 8.3.2 客户信息调查规范 335 8.3.3 客户档案管理制度 339 8.3.4 客户信息保密制度 343 8.4 客户信息管理流程设计 346 8.4.1 客户信息管理工作流程 346 8.4.2 客户信息收集管理流程 348 8.4.3 客户信息调查工作流程 350 8.4.4 客户信息处理工作流程 352 8.4.5 客户信息保密管理流程 354 8.4.6 客户信息立档工作流程 356 8.4.7 客户档案管理工作流程 358 8.4.8 客户情报管理工作流程 360 8.5 客户信息管理工具设计 361 8.5.1 客户信息数据采集 361 8.5.2 客户信息数据构建 363 8.5.3 客户信息数据挖掘 365 8.5.4 客户信息数据管理 367 8.5.5 客户信息质量的评估 369 8.5.6 客户信息管理的运用 370 8.5.7 客户信息分析系统模型 371 8.6 客户信息管理表单设计 372 8.6.1 客户信息登记表 372 8.6.2 客户信息分析表 374 8.6.3 客户销售信息表 376 8.6.4 客户信息管理卡 377 8.6.5 潜在客户管理卡 378 8.6.6 客户资料归档表 379 8.6.7 优秀客户统计表 379 8.6.8 危险客户统计表 380 8.6.9 客户档案借阅登记表 380 8.6.10 客户档案销毁登记表 380 8.7 客户信息管理方案设计 381 8.7.1 客户信息调查实施方案 381 8.7.2 客户档案管理实施方案 384 8.7.3 客户数据库管理实施方案 388 第9章 呼叫中心管理体系 391 9.1 呼叫中心管理体系设计 393 9.1.1 呼叫中心管理体系设计维度 393 9.1.2 呼叫中心管理体系设计要素 393 9.2 呼叫中心管理岗位设计 394 9.2.1 呼叫中心主管岗位职责 394 9.2.2 呼叫中心坐席专员岗位职责 395 9.3 呼叫中心管理制度设计 396 9.3.1 呼叫中心管理办法 396 9.3.2 呼叫中心质量管理制度 401 9.3.3 呼叫中心现场管理制度 406 9.3.4 呼叫中心人员招聘制度 413 9.3.5 呼叫中心人员培训制度 417 9.3.6 呼叫中心人员考核制度 421 9.3.7 坐席员薪酬激励制度 424 9.4 呼叫中心管理流程设计 429 9.4.1 呼叫中心管理流程 429 9.4.2 呼入业务工作流程 431 9.4.3 呼出业务工作流程 433 9.4.4 质量监控工作流程 435 9.4.5 坐席专员客户服务流程 437 9.5 呼叫中心管理工具设计 438 9.5.1 呼叫中心规划工具 438 9.5.2 呼叫中心选址因素 441 9.5.3 呼叫中心布局设计 441 9.5.4 呼叫中心预算编制 443 9.5.5 呼叫中心业务预测 443 9.5.6 呼叫中心人员排班 447 9.5.7 电话监听管理工具 449 9.5.8 呼叫中心报表管理工具 452 9.6 呼叫中心管理表单设计 455 9.6.1 呼入业务记录表 455 9.6.2 呼出业务记录表 455 9.6.3 呼叫业务质量监控表 455 9.6.4 呼叫

<<客户服务管理体系设计全案>>

业务质量评估表 456 9.6.5 呼叫业务质量校准表 457 9.7 呼叫中心管理方案设计 457 9.7.1 呼叫中心应急方案 457 9.7.2 呼叫中心人员培训方案 463 9.7.3 呼叫中心质量监控方案 471 9.7.4 呼叫中心绩效改进管理方案 478 第10章 客户服务质量管理体系 481 10.1 客户服务质量管理体系设计 483 10.1.1 客户服务质量管理体系设计维度 483 10.1.2 客户服务质量管理体系设计要素 483 10.2 客户服务质量管理岗位设计 484 10.2.1 服务质量主管岗位职责 484 10.2.2 服务质量专员岗位职责 485 10.3 客户服务质量管理体系设计 485 10.3.1 客户服务质量标准规范 485 10.3.2 客户服务质量责任制度 491 10.3.3 客户服务问题处理标准规范 492 10.4 客户服务质量管理流程设计 496 10.4.1 客户服务质量检查流程 496 10.4.2 客户服务质量评估流程 498 10.4.3 客户服务质量改进流程 500 10.4.4 客户服务质量审核流程 502 10.4.5 服务质量记录管理流程 504 10.5 客户服务质量管理工具设计 505 10.5.1 服务质量体系设计 505 10.5.2 不合格项改正措施 506 10.5.3 服务质量控制过程设计 507 10.5.4 质量体系组织结构设计 507 10.5.5 服务质量体系程序文件 507 10.5.6 服务质量评估的RATER指数 508 10.6 客户服务质量管理表单设计 509 10.6.1 客户服务质量调查表 509 10.6.2 客户服务质量检查表 510 10.6.3 客户服务质量审核表 510 10.6.4 客户服务质量评估表 511 10.6.5 客户服务质量报告书 511 10.7 客户服务质量管理方案设计 512 10.7.1 服务改进建议实施方案 512 10.7.2 客户服务质量提升方案 516 10.7.3 服务质量专员绩效考核方案 518 第11章 客户服务管理问题分析与解决 523 11.1 客户服务管理问题五种分析工具 525 11.1.1 客户价值分析度量工具设计 525 11.1.2 客户流失问题分析工具 528 11.1.3 客户服务沟通问题诊断工具 530 11.1.4 客户服务制度设计问题分析工具 532 11.1.5 部门组织结构问题诊断工具 533 11.2 客户服务管理问题五种解决工具设计 534 11.2.1 客户价值提升工具 534 11.2.2 客户流失管理工具 536 11.2.3 客户服务沟通管理工具 538 11.2.4 客户服务管理制度设计工具 540 11.2.5 部门组织结构设计工具 541

<<客户服务管理体系设计全案>>

章节摘录

版权页：插图：第2条适用范围 企业所有与客户有关的调查活动均遵循本制度执行。

第3条职责 客户调查工作由客户调查主管负责组织实施，客户调查专员负责具体的实施工作。

第2章客户调查的原则与内容 第4条客户调查的原则 为确保为企业生产、经营、销售决策提供可靠的依据，客户调查应遵循以下三个原则。

- 1.资料准确，信息全面、完备。
- 2.观点客观、时效性强。
- 3.投入费用最少。

第5条客户调查的内容 根据不同的调查目的，客户调查需要了解的内容有很大差异。

企业进行客户调查时，大体需要了解以下八项内容，客户调查主管可以根据实际调查目的进行选择、设计问卷。

- 1.客户的个人基本情况及家庭人员情况。
- 2.客户的收入、支出、储蓄以及家庭财产情况。
- 3.客户的住房情况。
- 4.客户的消费嗜好。
- 5.客户的信用情况。
- 6.客户的需求及对本企业产品的认知程度。
- 7.客户的经营情况和管理水平。
- 8.客户的主要合作伙伴情况。

第3章调查监督员和调查人员 第6条调查监督员：一般由客户调查主管担任，如果需要外部兼职调查员配合调查工作，也可由客户调查专员担任。

具体负责调查工作的协调、沟通、组织工作。

第7条调查人员：一般由客户调查专员担任，也可由外部兼职调查员担任。

具体负责客户调查工作的实施。

1.调查人员应具备的素质（1）品德素质：勤奋耐劳、严谨认真，平易近人、忠实厚道，客观公正、开拓创新。

（2）业务素质：知识广博，有较强的信息收集和鉴别能力，有较强的判断力和理解力，能较好地适应环境，有一定的语言表达和写作能力。

（3）其他素质：性格外向、善交际、机敏、谈吐适度。

2.调查人员的职责（1）深刻地理解问题内容。

（2）对要调查地区的地图、交通工具、调查对象等问题进行分析和把握。

（3）准备调查用的印刷品。

（4）遵照调查监督者的指示，忠实地实施调查事项。

（5）尽量避免不合格情况的发生。

（6）调查结束后，应对被调查者表示感谢。

（7）调查结束后，还应进行以下整理工作。

整理问卷，做好回答的观察记录。

整理调查对象表。

撰写当日的报告书，向调查监督者报告。

<<客户服务管理体系设计全案>>

编辑推荐

《客户服务管理体系设计全案》是一本集职责、制度、流程、工具、表单、方案与一身的客户服务管理大全集；也是一本真正站在管理者角度、真正从管理实务出发的客户服务管理工具书。

《客户服务管理体系设计全案》提出体系化和精细化的双重思维，便于企业梳理自己的各项管理业务，并为企业提供问题分析与解决工具。

《客户服务管理体系设计全案》配有免费光盘，收录了本书配套培训学习课件，满足不同读者需要，方便读者使用。

<<客户服务管理体系设计全案>>

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>