

<<成功的大客户管理/博世企管文库>>

图书基本信息

书名：<<成功的大客户管理/博世企管文库>>

13位ISBN编号：9787801099389

10位ISBN编号：7801099389

出版时间：2006-1

出版时间：中央编译出版社

作者：[美] 米勒，

页数：228

字数：170000

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

在普华永道，我们强调客户服务——我们使用大客户管理策略（LAMP）来提升对国际化公司的服务层次和质量。

首先是我们公司的使命：提供给客户可提高他们业绩和获利能力的增值型服务。

与从前相比，这更符合客户方管理层对我们的期望和要求。

LAMP方法的意义就在于此，它给我们的专业人士提供了执行公司使命的构架。

我们可以用这一有组织、有结构的方法更好地帮助客户实现他们的指标和目标。

在我们和许多国际化客户打交道时，LAMP方法显得尤为重要。

因为他们的业务需求和管理需求来自公司运营的各个层次，覆盖多个不同的分公司、子公司和各个部门，LAMP使我们能更好地响应他们的需求。

通过LAMP，工作人员可

内容概要

本书展示了如何留住最重要的大客户。

不管公司的销售收入和销售机会有多大，其中至少必有一半来自若干个关键的大客户。

那么，怎样才能发展和壮大与大客户的业务呢？

《成功的大客户管理》会告诉你答案。

营销畅销书《新战略营销》和《新概念营销》两书的作者倾力合作，以过硬的功底，精炼的语方为你展示了大幅度提升最重要的业务关系的独特策略。

遵循他们定义明确的、针对客户策划流程的动态方法，你可以做到：
· 制定管理关键大客户的战略行动计划；
· 有效率、有效益地管理大客户；
· 打造与客户的长期合作关系；
· 提升在与重要客户关系中的竞争地位；
· 沿着买卖层级升级双方关系。

无论行业，无论规模，《成功的大客户管理》将教给你维持并发展关键大客户的成功策略。

一些国际大公司已经运用了米勒·黑曼公司的大客户管理策略(LAMP)，并取得了巨大的成功。

随着企业竞争的日益激烈，客户管理已经成为企业建立竞争优势的一项有力武器。

而大客户的管理又在其中占据着举足轻重的地位。

因为正如作者所说，企业50%以上的收入都来自于5%的客户——大客户。

作者简介

罗伯特·B.米勒，凯普纳-特里戈公司（Kepner Tregoe, Inc）北美区域（North American operations）副总裁和总经理。

凯普纳-特里戈公司从事会议和咨询服务行业，对象是《财富》美国500强企业的高级管理层和国家及地方的政府机构，内容涉及问题解决、决策制定以及战略计划等

书籍目录

前言序言引言 “看好那个篮子” 第一部分 LAMP的基本原则 第1章 客户管理：超越“泥泞穿行”方法
第2章 蓝图战略：定位的艺术 第3章 LAMP战略研讨会：用户指南第二部分 形势评估 第4章 选择目标
大客户 第5章 契约申明 第6章 沿着买卖层级上移：业务关系的层次 第7章 客户视角 第8章 我方视角
第9章 整合信息 阶段一：形势评估摘要第三部分 制定战略 第10章 认识可能的最终结果：战略目标
第11章 基本收入指标 第12章 搭建自己的T型车：集中投资 第13章 “坚决说不”：终止投资 第14章 整
合信息 阶段二：起草战略第四部分 实施行动计划 第15章 实施的关键：计划 第16章 战略的阶梯石：
设定指标 第17章 缩减差异 第18章 整合信息 阶段三：行动计划第五部分 回顾过去，展望未来 第19章
90天回顾 第20章 大胆的提议：和高层直接对话米勒·黑曼公司简介译后记

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>