

<<本土客户管理案例精解>>

图书基本信息

书名：<<本土客户管理案例精解>>

13位ISBN编号：9787807281696

10位ISBN编号：7807281693

出版时间：2005-11

出版时间：广东经济出版社

作者：子秋

页数：235

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>

## <<本土客户管理案例精解>>

### 内容概要

作者长期从事营销实务工作和培训工作，多年来一直注重实务案例分析与辅导技巧，对案例培训有着较为深刻的体会和经验感受。

现在把多年积累的教学案例和经验总结出来，对各个案例的关键点和常见错误等进行全面提炼和归纳，奉献给有需要的读者。

本书的阅读对象主要是营销工作者，以及企业内部营销培训讲师、专业营销培训讲师。

全书共分为六章，依据客户管理实际工作的内容与特点进行分类，分别为“客户沟通案例剖析”、“客户选择案例剖析”、“客户开发案例剖析”、“客户管理案例剖析”、“客户服务案例剖析”、“客户投诉案例剖析”。

每章选取八个典型案例，基本涵盖了客户工作的方方面面，能够起到以点带面的作用，满足学习者系统学习的需要。

本书中大量的实务实例，可以作为相应的参考资料，既有助于提高学习效果，也有助于增强营销培训教材开发的丰富性和针对性，可以引发更好的培训方式和现场安排。

## <<本土客户管理案例精解>>

### 作者简介

子秋 (geme)，实务型、顾问型专业讲师。

现任广州众道管理顾问有限公司首席培训师、顾问师，兼任多家管理顾问培训讲师。

具有十二年营销经理人职业生涯和七年培训实务经验，曾任国内著名企业的销售经理、市场经理、销售总监、市场总监、营销总监、营销副总等职务。

专精于市场营销、销售、客户等系列课程的实务培训，其培训课程针对企业市场实际问题而设计，善于培养学员的实务解决能力；其培训注重学员现场吸收，便于学员在实际工作中有效运用，赢得企业与学员的好评。

服务客户有：美的、电信、联通、中国邮政、招商迪辰、瑞士兰吉儿（珠海）、美国苹果、步步高、华南摩托、大阳摩托、健力宝、华凌电器、华普电子、南方报业集团、万和、公信智能、金华大、创兴集团、梦洁、捷顺、广日电梯等著名企业。

<<本土客户管理案例精解>>

书籍目录

第一章 客户沟通实例剖析案例1-1 把握客户利益的“命脉”案例1-2 快意沟通使客户愉悦案例1-3 迎合爱好获得客户“喜欢”案例1-4 激怒客户等于自断后路案例1-5 抱怨客户会得不偿失案例1-6 玩笑话语不能“出格”案例1-7 客户害怕“厉害”的人案例1-8 客户很讨厌“炫耀”的人第二章 客户选择实例剖析案例2-1 “勤劳”就一定能“补拙”吗案例2-2 “盲人摸象”笑话百出案例2-3 如此拜访毫无意义案例2-4 筛选出最有价值的客户案例2-5 大客户并不一定是“好客户”案例2-6 光有“好意愿”永远不够案例2-7 通过评估选择合适的代理商案例2-8 别人的路你未必好走第三章 客户开发实例剖析案例3-1 关心客户等于帮助自己案例3-2 如此开发岂能成交案例3-3 客户相信的是真实证据案例3-4 客户影响要针对“关键人”案例3-5 独家信息就意味着独家先机案例3-6 你想赚到“多多钱”吗案例3-7 场内“游戏”场外做案例3-8 先做“朋友”再做“生意”第四章 客户管理实例剖析案例4-1 着眼基础实施深度支持案例4-2 贴心服务才是最好的支持案例4-3 客户促进也须有“场外压力”案例4-4 要“渔”之必先“鱼”之案例4-5 欺负客户就是伤害自己案例4-6 没有“优势”就难以发展案例4-7 通过培训来管理客户案例4-8 没有执行力何来管理效果第五章 客户服务实例剖析案例5-1 以客为尊的服务之道案例5-2 以客为友的服务之道案例5-3 如此托词实在令人失望案例5-4 光是礼貌和客气，客户不一定满意案例5-5 服务中不能多嘴多舌案例5-6 规定是死的服务是活的案例5-7 服务讲究细节更要深耕细作案例5-8 技术服务要根植到用户层面第六章 客户投诉实例剖析案例6-1 客户投诉并不一定是坏事案例6-2 一定要给客户留有希望案例6-3 先安抚情绪后解决客户问题案例6-4 重新定位自己的受理角色案例6-5 要让客户知道你用心处理案例6-6 把握不同客户的受理要点案例6-7 策略性化解投诉异议案例6-8 补救客户也是在补救自己

<<本土客户管理案例精解>>

编辑推荐

完全紧贴本土企业客户管理实际，揭示事半功倍的客服关键点，传授“先人情后事情”的经营真经！

<<本土客户管理案例精解>>

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>