

<<物流客户管理>>

图书基本信息

书名：<<物流客户管理>>

13位ISBN编号：9787807285090

10位ISBN编号：7807285095

出版时间：2007-10

出版时间：广东经济

作者：现代物流管理课题组 编

页数：341

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>

<<物流客户管理>>

内容概要

物流企业要取得竞争优势，向集约化发展是一条必由之路。

物流的配送中心不仅只提供仓储和运输服务，还必须开展配货、配送和各种提高附加值的流通加工服务项目，也可按客户的需要提供其他个性化服务。

物流企业一方面要与货主企业结成战略伙伴关系，以保证得到长期的货源；一方面要与货主企业结成战略伙伴关系，以保证得到长期的货源；一方面要有助于货主企业的产品迅速进入市场，提高竞争力，从而实现互利共赢。

因此，对物流企业而言，服务质量和服务水平正逐渐成为比价格更为重要的选择因素。

本书的编写目的就是当今世界物流管理的一般运作方法和管理技术较为全面地介绍给读者，侧重于实用性和可操作性。

书中没有相关理论的探讨与阐释，所阐述的只是现代物流的基本知识、操作方法和应用技术，因此它适用于具有一定规模的制造业和流通业，以及第三方物流企业。

<<物流客户管理>>

书籍目录

第1章 物流客户管理创新 No.01 物流客户管理概要 No.02 物流客户管理的服务创新 No.03 物流客户管理的增值创新 No.04 物流客户管理的关系创新第2章 物流客户信息的收集 No.05 物流客户信息收集要点 No.06 物流客户信息收集方法 No.07 拓宽物流客户信息收集渠道第3章 物流客户信息的整理分类 No.08 物流客户信息整理要点 No.09 物流客户信息的分类 No.10 物流客户信息人工整理分类 No.11 物流客户信息计算机整理分类第4章 客户满意度管理 No.12 贴近并研究客户 No.13 聘用客户喜欢的服务人员 No.14 提供个性化产品和服务 No.15 增强客户体验 No.16 重视客户关怀 No.17 正确处理客户抱怨 No.18 向麦德龙学提高客户满意度第5章 物流客户价值及赢利能力的确立 No.19 增大客户价值的方法 No.20 提高合适客户价值的方法 No.21 关键客户价值的确立方法 No.22 物流客户赢利能力的分析第6章 物流系统价值工程 No.23 价值工程的思想方法 No.24 物流价值工程的工作程序 No.25 向中储公司学价值工程管理第7章 供应链间客户的管理 No.26 供应链管理 No.27 供应链间物流中心客户管理 No.28 供应链间库存客户管理 No.29 供应链间内部客户管理第8章 物流保管客户的管理 No.30 按照客户要求建立物流保管系统 No.31 为客户做好保管库存控制工作 No.32 加强物流保管客户管理的方法 No.33 加强物流保管硬件设施建设 No.34 创造超前的物流保管软件条件 No.35 重视仓储保管合同的签订 No.36 做好物流保管内部管理第9章 物流运输客户的管理第10章 物流配送客户的管理第11章 开拓物流客户的途径第12章 物流客户的巩固第13章 应用CRM理论搞好物流客户管理主要参考书目

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>