

<<终端第一>>

图书基本信息

书名：<<终端第一>>

13位ISBN编号：9787506024372

10位ISBN编号：7506024373

出版时间：2006-3

出版时间：东方

作者：冯付凯

页数：220

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>

<<终端第一>>

内容概要

客户服务管理人员在各企业从事市场前沿的管理工作。

目前国内大专院校并无客户服务管理专业，也没有专门机构或单位对各户服务管理人员进行系统培训。

客服工作只是作为营销的一个环节而存在。

客服部门既是后续服务的支持部门，又是体验过滤部门。

客服工作适合那些理性思维能力强、自我管理能力强的人来承担。

本书采取了一种与众不同的方法，通过理论与实际的结合培养你赢得客户满意和客户忠诚的各种技巧、态度以及思维方式，让你真正懂得“不要老是向客户叫卖你的产品，要不断为他们创造价值。

”

作者简介

冯付凯，1972年出生，安徽滁州人。

实战派管理咨询专家，专职于企业管理咨询辅导顾问近十年，曾先后服务过数十家年产值从500万人民币到20亿人民币的不同规模的企业。

现任一大型公司总经理及数家公司高级顾问。

主讲课程有：“傻瓜”式管理、创新品牌战略与市场营销策划、

书籍目录

第一章 服务决定终端制胜 一 何处寻找高增长？

二 4P过时了！

三 洞察隐藏在消费者背后的需求 四 服务也打形象牌 五 优质服务，销售利器 六 挑战服务竞争力 赢取竞争新优势

第二章 寻找有效客户 一 客户细分提升企业竞争优势 二 你的客户有价值吗？

三 做客户的减法 四 找到你的最有价值顾客 五 自己也是客户 六 超越客户满意，创造忠实客户

第三章 用心经营客户关系 一 相知顾客心 二 如何有效留住大客户 三 用情感巩固客户关系 四 让休眠客户活跃起来 五 用忠诚度锁定品牌崇拜 六 培养客户忠诚的五部曲

第四章 做有个性的服务 一 折磨你的顾客吧，他们会喜欢的 二 超值服务用心做 三 体验是消费者的核心需求 四 解惑智买道积分计划 五 免费服务不是免费午餐 六 数据库营销开拓服务新天地

第五章 走出“服务战”陷阱 一 切忌一切基于客户的需要 二 手段单一未得追捧 三 客户满意与客户体验不可脱钩 四 售后服务，无偿服务 五 小客户，一个也不能少 六 服务 打扰

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>