<<抓住大象的鼻子>>

图书基本信息

书名: <<抓住大象的鼻子>>

13位ISBN编号: 9787801479938

10位ISBN编号:7801479939

出版时间:2004-01

出版时间:企业管理出版社

作者:冯长征,黄建江

页数:216

字数:151000

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

<<抓住大象的鼻子>>

内容概要

客户革命意味着挑战,但也意味着更多可能的商机和财富,商机和财富不会自动送上门来,它永远只 垂青于那些高瞻远瞩、独辟蹊径、脚踏实地的人们。

在这场声势浩大的革命中,我们首先要做的,就是抓住客户,尤其是重点客户,抓住了他们,就如同抓住了大象的鼻子。

正如象鼻对于大象的重要性,重点客户对企业的生存和发展也起着举足轻重的作用。

那么究竟什么客户才是重点客户呢?

顾名思义,重点客户就是企业最重要的那部分客户,他们身上具有一些明显的特征:

他们占了企业利润的很大一部分;

他们对企业目标的实现有着至关重要的影响;

他们的离去将严重地影响公司的业绩;

他们是企业业务拓展的潜在资源。

如何确定你的重点客户?

如何投其所好?

如何让他们永远忠于你的企业?

诸如此类的问题,是每一位企业家亟待思考的问题。

控空心思,绞尽脑汁,抓住重点客户,抓住大象的鼻子,也就抓住了成功的契机。

<<抓住大象的鼻子>>

作者简介

冯长征,中国人民大学工商管理硕士,管理学博士。

阳光共好管理顾问公司高职咨询师。

曾在华光科技集团(股份)公司、比利时布鲁塞尔SINEUR S.A公司、山东鲁纺科技开发中心等企业担任高层管理人员;曾任北京和君创业研究管理咨询有限公司高级咨询师,有着多年的市场营销管

<<抓住大象的鼻子>>

书籍目录

引子:抓住大象的鼻子 客户革命的时代,我们愉快地妥协 抓住大象的鼻子第一章 诚实地将客户区分等级 世上没有两片完全相同的叶子 我们必须使所有的上帝都100%满意吗 分级总是值得的 别让情感蒙蔽了眼睛 进行客户分级的几种方法 新公司如何在拥有客户之前进行客户分级 四种客户关系按客户层级进行市场细分 对不同的顾客差别对待,道德吗 客户分级的陷阱 向糟糕的上帝主动说再见第二章 重点客户——客户中的VIP 青蛙王子 重点客户是什么样的客户 描绘你心目中的王子形象全面了解你的客户 客户经营情况 客户调查的方法 如何确定重点客户 理解重点客户的价值 重点客户终身价值的计算 客户关系周期 案例:联想的"五心服务"第三章 永远将焦点放在重点客户身上世间什么是珍贵 80/20法则 10/30/60法则 999朵玫瑰送给谁 让重点客户做你的免费推销员 站在客户的立场为他们着想 案例:通用汽车公司的信用卡计划第四章 缔造双赢伙伴关系 为什么我不再收到鲜花 衡量与重点客户的关系状况 如何让客户升级 如何发展积极的重点客户关系 将改变你生意的10种客户需求 与客户建立合作伙伴关系的营销工具 以良好合作的关系留住重点客户 与重点客户有效沟通 建设客户关系的各个层面 案例:戴尔通过PREMIER与客户结为更加紧密的伙伴关系第五章 让客户终身陪伴第六章 为重点客户提供个性化服务第七章 数据库——重点客户管理的利润第八章 构建客户推动型组织

<<抓住大象的鼻子>>

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