

《永远留住顾客》

图书基本信息

书名：《永远留住顾客》

13位ISBN编号：9787208021044

10位ISBN编号：720802104X

出版时间：1995-1

出版社：坎尼(Cannie)、卡普林(Caplin)、奚红妹 上海人民出版社 (1995-01出版)

页数：301

译者：奚红妹

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《永远留住顾客》

内容概要

一个企业没有顾客，就意味着倒闭。在商品经济世界，这是一条常识。在资本主义国家，经理们都有“顾客第一”的观念，但有时最好的顾客却背离了，成千上万的利润流失了，他们措手不及，不知如何是好。本书作者坎尼女士是美国著名的“动态培训公司”的创办人和董事长，她曾经为《幸福》杂志所列的一千个大企业的大部分公司举办过有关这个问题的研讨会和演讲会。坎尼把企业实用“顾客导向”的基本方针，通过逻辑程序把它理论化、系统化、通俗化，她对吸引顾客的论述不停留在“微笑服务”的层次，而是正本清源地从企业战略的高度，领导观念的转变和措施的落实等方面入手，达到牢牢地网络住顾客。她所列举的各行各业的实例，令人信服。她设计的一系列试题和统计表格，用计量的办法能准确地测量你自己和你的企业在这个问题上所达到的水平，并帮助你找到答案。她的12步骤战略措施，使顾客与你更加贴近。美国的《企业家》杂志高度评价这本书，认为坎尼的书不但使一个成熟的企业家懂得如何取悦顾客，而且学会如何能把顾客永远留住。

《永远留住顾客》

作者简介

作者:(美)琼·库勃·坎尼等、奚红妹

《永远留住顾客》

书籍目录

主编前言
前言：永远留住顾客
第一篇 服务在现代商业中的重要性
第一章 现代经济中的服务
第二章 真正的日本奇迹：顾客导向服务
第三章 劣质服务与消费者不满之间的经济意义
第四章 优质服务的障碍
第五章 顾客导向服务：当今竞争优势
第二篇 十二步策略
第六章 第一步：高层管理的支持
第七章 第二步：内部评估
第八章 第三步：确定顾客需要
第九章 第四步：目标和工作衡量
第十章 第五步：顾客导向管理
第十一章 第六步：成为顾客拥护者
第十二章 第七步：员工的积极性和自尊心
第十三章 第八步：授权和培训
第十四章 第九步：授权员工解决问题和预防问题
第十五章 第十步：交流反馈
第十六章 第十一步：常识、奖励、庆贺
第十七章 第十二步：不断改进
网络附录

《永远留住顾客》

章节摘录

顾客导向管理的另一方面，你的第二个重要角色是教练—顾问。这个角色要求你帮助部下满足顾客需要：主动地成为顾客拥护者和顾客问题的解决者。

《永远留住顾客》

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:www.tushu000.com