

《客户也疯狂》

图书基本信息

书名：《客户也疯狂》

13位ISBN编号：9787301121283

10位ISBN编号：7301121288

出版时间：2007-6

出版社：北京大学出版社

作者：鲁百年

页数：214

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

《客户也疯狂》

内容概要

招招制胜的服务营销技巧，打造永久忠诚的客户群体。

客户关系的提高境界是让客户成为我们的同盟者，他们不仅自己购买，还推荐给同事、父母和孩子，成为公司的义务宣传员。怎么做呢？我推荐你看《客户也疯狂》这本书，当客户为你疯狂的时候，你就达到客户管理和客户服务的最高境界了。——营销专家、《输赢》作者 付遥

鲁博士的著作有一个最大的特征：通俗、易懂、好看，有很多有趣的故事和实战经验介绍。虽然看起来是日常生活中每个人每天都可能经历的小事，但是却蕴含着许多深刻的有关服务和营销的学问。——多普达通讯有限公司总裁兼首席执行官 李绍康

看书名，够时尚、够贴切、够有冲击力；读内容，案例精彩、技巧丰富且实用，值得企业的高管们和服务营销人员细读！——智扬公关顾问机构总裁 高鹏

这是一本极具实战指导意义的培训用书，其中以客户为中心的服务理念、一对一的营销模式与营销技巧等，将使所有具体从事服务与营销工作的人员受益匪浅！——甘肃兰州供电公司总经理 高级工程师 张志立

这是一本全面揭示培育“粉丝”客户秘诀的红宝书！更是一本真正能提升服务与营销人员能力的绝佳实战手册！

本书作者通过与您分享丰富而精彩的服务与营销实战案例，帮助您树立客户是朋友、真正以客户为中心的服务与营销理念，切实提高客户服务技能与品质；另一方面，可以帮助您在企业内部实现客户信息资源共享，建立统一的客户服务中心，真正实现“内转外不转”的“一站式”服务，提升企业整体的客户服务管理水平。通过为客户提供一对一的个性化服务，真正让客户满意，从而打造出永久忠诚的“粉丝”客户群，帮助您稳步拓展市场、提升业绩、创造利润，获得永久的成功！

《客户也疯狂》

作者简介

鲁百年博士，有突出贡献的专家，享受政府特殊津贴，中国“全面企业绩效管理（CPM）”培训第一人。现任美国博奥杰（Business Objects）公司中国区首席顾问。曾任美国甲骨文（Oracle）公司高级咨询顾问经理，创智科技股份有限公司客户关系管理（CRM）事业部副总裁，美国海波龙（Hyperion）公司高级销售经理，美国SAS研究所高级咨询顾问、北方区销售总监，北京大学、清华大学MBA班咨询顾问，美国培训认证协会认证讲师、美国肯尼迪大学客座教授、时代光华特聘高级讲师等。著有《全面企业绩效管理》、《大客户战略营销》等著作，在国内外期刊杂志上发表学术论文80余篇。鲁博士曾经深入调研过国内外很多大型企业，并且多次组织、参与过证券、银行、电信、电力、交通及房地产等行业的客户关系管理项目、市场策划项目、决策支持项目和企业绩效管理项目的培训、咨询和实施。

《客户也疯狂》

书籍目录

推荐序一 推荐序二 第一章 客户服务在企业价值链中的地位 一、客户服务在企业价值链中的地位 二、从“以产品为中心”到“以客户为中心” 三、不是产品，胜似产品的服务 四、销售、市场、服务一体化 第二章 提高客户满意度的四大要素 一、客户接触面影响客户满意度 二、产品质量是提高客户满意度的基础 三、优质服务是提高客户满意度的保障 四、企业形象是提高客户满意度的期望 五、客户关系是提高客户满意度的法宝 六、客户服务——贯穿售前、售中和售后 第三章 态度和意识直接影响客户满意度 一、阿P精神 二、服务意识决定服务行动 三、服务态度决定服务质量 四、如何在竞争中立于不败之地 五、员工的疯狂必然带来客户疯狂 第四章 打造优质客户服务，让客户也疯狂 一、客户是朋友，不是上帝 二、实现双赢是客户服务的本质 三、超越客户预期，引导服务需求 四、客户服务人员应经常换位思考 五、统一管理，杜绝“踢皮球”现象 六、方便客户需求，实现“一站式”服务 七、优化客户服务流程，提高客户服务质量 八、重视客户需求信息和反馈信息 九、加强行业联盟，变被动营销为主动营销 第五章 营销模式与客户管理 第六章 让客户也疯狂的市场策划 第七章 以客户为中心的营销技巧 第八章 以客户为中心的服务技巧 参考文献 后记

《客户也疯狂》

编辑推荐

招招制胜的服务营销技巧，打造永久忠诚的客户群体。客户关系的提高境界是让客户成为我们的同盟者，他们不仅自己购买，还推荐给同事、父母和孩子，成为公司的义务宣传员。怎么做呢？我推荐你看《客户也疯狂》这本书，当客户为你疯狂的时候，你就达到客户管理和客户服务的最高境界了。——营销专家、《输赢》作者 付遥 鲁博士的著作有一个最大的特征：通俗、易懂、好看，有很多有趣的故事和实战经验介绍。虽然看起来是日常生活中每个人每天都可能经历的小事，但是却蕴含着许多深刻的有关服务和营销的学问。——多普达通讯有限公司总裁兼首席执行官 李绍康 看书名，够时尚、够贴切、够有冲击力；读内容，案例精彩、技巧丰富且实用，值得企业的高管们和服务营销人员细读！——智扬公关顾问机构总裁 高鹏 这是一本极具实战指导意义的培训用书，其中以客户为中心的服务理念、一对一的营销模式与营销技巧等，将使所有具体从事服务与营销工作的人员受益匪浅！——甘肃兰州供电公司总经理 高级工程师 张志立 这是一本全面揭示培育“粉丝”客户秘诀的红宝书！更是一本真正能提升服务与营销人员能力的绝佳实战手册！ 本书作者通过与您分享丰富而精彩的服务与营销实战案例，帮助您树立客户是朋友、真正以客户为中心的服务与营销理念，切实提高客户服务技能与品质；另一方面，可以帮助您在企业内部实现客户信息资源共享，建立统一的客户服务中心，真正实现“内转外不转”的“一站式”服务，提升企业整体的客户服务管理水平。通过为客户提供一对一的个性化服务，真正让客户满意，从而打造出永久忠诚的“粉丝”客户群，帮助您稳步拓展市场、提升业绩、创造利润，获得永久的成功！

《客户也疯狂》

精彩短评

- 1、书中有很多小案例，有较为系统的“以客户为中心”营销方式，让我读的时候挺有收获的。但是，书中很多内容比起美国的一些营销大师的书，并无太多创新之处，只是不讲理论只讲操作而已。
- 2、很好！我很喜欢！里面的内容对我很有帮助，希望你们以后多多推荐此类型的图书！
- 3、可以看一下内容还行
- 4、看完了.看结束后的感觉就剩下几个字:细分客户,了解客户.从书中可以感觉到鲁博士花了很多精力,因为很多细节用书面语言表达出来有点不舒服,但是如果不表达出来又达不到效果.书还需要慢慢消化.
- 5、2007.07.18

《客户也疯狂》

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