

# 《客户管理基础》

## 图书基本信息

书名：《客户管理基础》

13位ISBN编号：9787513607681

10位ISBN编号：7513607680

出版时间：2012-6

出版社：中国经济出版社

作者：苏朝晖 编

页数：253

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](http://www.tushu000.com)

# 《客户管理基础》

## 内容概要

## 书籍目录

### 第一章 客户管理导论

#### 第一节 客户及其状态

#### 第二节 客户的价值

#### 第三节 客户管理的内涵与目标

### 第二章 影响客户行为的个体与心理因素

#### 第一节 客户的年龄和性别对客户行为的影响

#### 第二节 客户的资源对客户行为的影响

#### 第三节 客户的动机对客户行为的影响

#### 第四节 客户的知觉、学习与记忆对客户行为的影响

#### 第五节 客户的态度、个性、自我概念与生活方式对客户行为的影响

### 第三章 影响客户行为的环境因素

#### 第一节 文化对客户行为的影响

#### 第二节 社会阶层对客户行为的影响

#### 第三节 社会群体对客户行为的影响

#### 第四节 家庭、口传、流行对客户行为的影响

#### 第五节 情境对客户行为的影响

### 第四章 客户信息与信用的管理

#### 第一节 客户信息的重要性与客户信息的内容

#### 第二节 怎样收集客户信息

#### 第三节 运用数据库管理客户信息

#### 第四节 客户信用的管理

### 第五章 客户需求的管理

#### 第一节 平衡服务供应与需求的思路

#### 第二节 服务供大于求时的平衡策略

#### 第三节 服务供不应求时的平衡策略

### 第六章 与客户互动的管理

#### 第一节 互动管理及其作用

#### 第二节 互动的内容、分类、构成

#### 第三节 企业与客户互动的途径

#### 第四节 互动管理的制度

### 第七章 客户体验的管理

#### 第一节 客户体验与客户体验管理

#### 第二节 客户体验管理的目标、作用和方法

#### 第三节 客户体验管理的步骤

### 第八章 客户的分级管理

#### 第一节 对客户分级管理

#### 第二节 关键客户的管理

#### 第三节 对普通客户和小客户的管理

### 第九章 客户的满意管理

#### 第一节 客户满意及其意义

#### 第二节 影响客户满意的因素

#### 第三节 如何让客户满意

### 参考文献

附：《客户管理基础》考试大纲

# 《客户管理基础》

## 编辑推荐

《高等教育自学考试客户管理专业指定教材：客户管理基础（附考试大纲）》由中国客户管理专业水平证书考试教材编写委员会主编，权威，准确，实用。本课程既是中国客户管理专业水平证书考试证书课程，又是高等教育自学考试客户管理专业的课程。

# 《客户管理基础》

## 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](http://www.tushu000.com)