

《客户关系管理实训》

图书基本信息

书名：《客户关系管理实训》

13位ISBN编号：9787504556004

10位ISBN编号：7504556009

出版时间：2006-6

出版社：中国劳动社会保障出版社

页数：178

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.tushu111.com

《客户关系管理实训》

前言

为了满足高职高专教学改革和培养高等技术应用型人才的需要，解决高职高专缺乏一体化实用性教材的问题，劳动和社会保障部教材办公室组织一批学术水平高、教学经验丰富、实践能力强的教师和长期从事营销工作的高级管理人员，编写了高职高专市场营销类专业一体化实用性教材，共10种：《市场调查与市场预测实训》《促销技巧实训》《客户关系管理实训》《商务谈判实训》《汽车营销实训》《房地产营销实训》《医药营销实训》《保险营销技能实训》《会展营销与筹办实训》和《旅游营销实训》。在组织编写上述教材的工作中，我们充分汲取高职高专市场营销类专业教学改革成果，按照以技能训练为主线、相关知识为支撑的编写思路进行编写，并努力使教材具有以下特点：一是从职业（岗位）分析入手，确定各课程的技能训练内容，形成具有典型性的技能训练项目，提高技能训练的针对性；二是以国家职业标准为依据，使教材内容涵盖高级推销员、营销师等职业标准的相关要求，便于“双证书制”在教学中的贯彻和实施；三是打破传统的学科体系，较好地处理了理论教学与技能训练的关系，切实落实“管用、够用、适用”的教学指导思想；四是充分体现市场营销领域中的新知识、新技术、新方法，为提高学生的就业能力和工作能力创造条件；五是教材表达简明、生动，图文并茂，具有较强的可读性。在教材的编写过程中，得到有关省市教育部门、劳动和社会保障部门以及一些高职高专院校的大力支持，教材的诸位主编、参编、主审等做了大量的工作，在此我们表示衷心的感谢！同时，恳切希望广大读者对教材提出宝贵的意见和建议，以便修订时加以完善。

《客户关系管理实训》

内容概要

《客户关系管理实训》为劳动和社会保障部培训就业司推荐教材，适用于高职高专院校学生专业课和实训课程教学，由劳动和社会保障部教材办公室组织编写。《客户关系管理实训》内容涉及潜在客户的寻找、客户信息管理、大客户管理、客户体验管理、客户满意管理、客户忠诚管理及客户关系管理（CRM）七个部分的实训课题，采用操作步骤、案例分析、情景模拟、图表、相关知识等编排方式，重点介绍具体的、实用的客户管理的策略和操作技巧，具有很强的实用性和可操作性。授课课时在40学时左右。

《客户关系管理实训》由杨莉惠主编并负责总体框架设计、编写大纲、初稿的增删修改、统稿和定稿。《客户关系管理实训》各章具体分工如下：杨莉惠（模块一、模块二、模块三），李卫平（模块四、模块七），潘一萍（模块五、模块六）。《客户关系管理实训》由夏昌祥、卢永忠主审。

《客户关系管理实训》可作为高等院校市场营销、工商管理等专业教学用书或培训教材，对企业市场营销人员、客户管理人员、客户服务人员、采购人员等有现实的指导作用。

《客户关系管理实训》

书籍目录

模块一?寻找潜在客户（建议课时：6） 实训课题1?谁是你的潜在客户（建议课时：1.5） 实训课题2?寻找潜在客户的基本方法（建议课时：1.5） 实训课题3?开发潜在客户（建议课时：1.5） 实训课题4?怎样把潜在客户变为新客户（建议课时：1.5） 模块二?客户信息管理（建议课时：6） 实训课题1?建立客户来源中心（建议课时：1） 实训课题2?建立客户信息档案（建议课时：2） 实训课题3?客户资料分析（建议课时：2） 实训课题4?网络中的客户信息管理（建议课时：1） 模块三?大客户管理（建议课时：7） 实训课题1?判断和选择大客户（建议课时：1） 实训课题2?大客户分析（建议课时：1） 实训课题3?制定大客户计划（建议课时：1） 实训课题4?与大客户建立关系（建议课时：1） 实训课题5?大客户采购（建议课时：1） 实训课题6?为大客户服务（建议课时：1） 模块四?客户体验管理（建议课时：5） 实训课题1?分析客户的体验世界（建议课时：1） 实训课题2?建立客户体验平台（建议课时：1） 实训课题3?设计品牌体验（建议课时：1） 实训课题4?建立与客户接触的渠道（建议课时：1） 模块五?客户满意管理（建议课时：5） 实训课题1?客户满意度的测试与分析（建议课时：1） 实训课题2?产品满意管理（建议课时：1） 实训课题3?服务满意管理（建议课时：1） 实训课题4?正确认识和处理客户的不满与抱怨（建议课时：1） 模块六?客户忠诚管理（建议课时：6） 实训课题1?忠诚客户的价值及测量（建议课时：1） 实训课题2?忠诚客户的分类（建议课时：1） 实训课题3?如何用心培养忠诚客户（建议课时：1） 实训课题4?预防客户流失管理（建议课时：1） 实训课题5?双赢客户服务游戏（建议课时：1） 模块七?客户关系管理（建议课时：5） 实训课题1?客户眼中的CRM（建议课时：1） 实训课题2?企业与CRM（建议课时：1） 实训课题3?CRM的实施——客户信息管理是CRM的关键（建议课时：1） 实训课题4?网络与CRM（建议课时：1） 练习一?用Outlook管理客户资料（建议课时：1） 练习二?用邮件合并功能给多个人发电子邮件（建议课时：1） 参考文献

章节摘录

插图：与其相关的活动历史大致有以下类型：资料寄送、市场活动、问卷调查、礼品发放、信息发送、日程安排等。客户价值分析的信息公司实力以及购买记录等。搜集客户资料充分搜集客户资料之后，营销人员才能了解客户的基本需求，才可以进行销售。要了解的第一点就是：客户是什么样的客户？规模有多大？员工有多少？一年内大概会买多少同类产品？这些都是客户背景资料。客户背景资料包括以下几个方面内容：客户组织机构。各种形式的通信方式。区分客户的使用部门、采购部门、支持部门。了解客户具体使用维护人员、管理层和高层客户。同类产品的安装和使用情况。客户的业务情况。客户所在的行业基本状况等。建立客户档案资料建立客户档案资料即建档管理。建档管理是将客户的各项资料加以系统记录、保存，并分析、整理、应用，借以巩固双方的关系，从而提升销售业绩。其中，客户资料卡是一种很重要的工具。建立客户资料卡的用途及好处：以区别现有客户与潜在客户。便于寄发广告信函。利用客户资料卡可以安排收款、付款的顺序与计划。了解客户的销售状况及交易习惯。可以订立比较节省时间的、有效率的、具体的访问计划。可以清楚地了解客户的情况与交易结果，进而取得其合作。可以为今后与该客户交往的本公司人员提供有价值的资料。根据客户资料卡，对信用度低的客户缩小交易额，对信用度高的客户增大交易额，便于制订具体的销售政策。客户资料的类型客户名册客户名册又称交易伙伴名册，是有关公司客户情况的综合记录。客户名册由客户登记卡和客户一览表组成。客户登记卡主要列示客户的基本情况；客户一览表则是根据客户登记卡简单而综合地排列出客户名称、地址等内容的资料库。客户名册的优点是简便易行、费用较低、容易保管和查找使用。特别是客户一览表简单明了地反映当前客户情况，对于管理决策者十分适用。但由于其缺乏全面、客观和动态性，这种方法也存在明显的缺陷。

《客户关系管理实训》

编辑推荐

《客户关系管理实训》是高职高专市场营销专业国家级职业教育规划教材系列之一。

《客户关系管理实训》

精彩短评

- 1、对于初学CRM，或者想了解CRM是什么，具体做些什么的，可以看看这本书！
- 2、因为不想在学校订，所以在当当上订的，书不错，5分
- 3、适合初学者，读完它再选其他的读，会顺畅很多。
- 4、这本书适合很适合高职学生，任务驱动模式，每个任务都分目的、相关知识和操作步骤，最后案例分析，实践练习。不错。
- 5、送货速度还可以
- 6、给单位买的，送货快，态度很好，书的质量也不错！
- 7、帮同学订购的，据说还不错，只是纸张有点黄

《客户关系管理实训》

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.tushu111.com