

SMART

THINGS TO KNOW ABOUT

客户管理

[美] 罗斯·杰伊著
胡 零 刘智勇译

Customers



 **CEIBS** 中欧国际工商学院

强 力 推 荐

 上海远东出版社

SMART

THINGS TO KNOW ABOUT

客户管理

F274
2J653



[美] 罗斯·杰伊著
胡 零 刘智勇译

Customers



A1004844

上海遠東出版社

Copyright © Ros Jay 1999

Smart Things to Know about Customers

This edition published under licence from Capstone Publishing Ltd via The Susie Adams Rights Agency, UK. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means electronic, chemical or mechanical, including photocopying, any information storage or retrieval system without a licence or other permission in writing from the copyright owners.

本书由英国 Capstone Publishing Limited 授权上海远东出版社独家出版。

未经出版者书面许可,本书的任何部分不得以任何方式复制或抄袭。

Smart 经理人丛书

客户管理

著 者/[美] 罗斯·杰伊

译 者/胡 零 刘智勇

责任编辑/王建敏

装帧设计/张晶灵

版式设计/李如琬

责任制作/晏恒全

责任校对/周国信

出 版/上海远东出版社

(200336) 中国上海市仙霞路 357 号

网 址/www.ydbook.com

推 广/上海卓越经理人资讯有限公司

(200030)上海市斜土路 2669 号英雄大厦 2703 室

电子信箱:zymanager@online.sh.cn

发 行/新华书店上海发行所

上海远东出版社

制 版/南京展望照排印刷有限公司

印 刷/商务印书馆上海印刷股份有限公司

装 订/上海望新印刷厂

版 次/2002 年 10 月第 1 版

印 次/2002 年 10 月第 1 次印刷

开 本/850 × 1168 1/24

字 数/137 千字

印 张/10

图字: 09-2002-248 号

ISBN 7-80661-618-7

F·127 定价: 25.00 元

图书在版编目(CIP)数据

客户管理/(美)罗斯·杰伊著;胡零,刘智勇译. —上海:上海远东出版社,2002

(Smart 经理人)

ISBN 7-80661-618-7

I. 赢... II. ①杰...②胡...③刘... III. 企业管理:销售管理 IV. F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 075763 号

何为 SMART 经理人

SMART 经理人系列带来一种全新的学习方法。当你在面对一些关键性问题,譬如,有关客户、决策、变化、电子商务、品牌、影响他人的技巧、知识管理、融资、团队合作及合伙经营等问题的时候,SMART 经理人系列能优化你考虑问题及处理问题的方式方法。

SMART 经理人系列一方面总结长期积累下来的智慧,另一方面又独家提供一针见血的观点和工具,使你不再仅仅纸上谈兵,而投入真枪实战。

广受尊敬的商业巨人克里斯·阿吉里斯(Chris Argyris)指出,在企业中,就算是最有智慧的人也可能变得效率低下。为什么?因为我们如此忙碌,以致忘了聆听我们自己的声音。我们不再考虑身边发生着的变化。我们陷入了曾为我们创造过成功的行为模式中不能自拔,而没有意识到在不断向我们逼近的未来中,这一套老把式已经不再管用。

SMART 经理人系列将通过三种方法避免类似事件在你身上发生：

- 提升你的自我意识；
- 发展你的理解能力，改善你的处世态度及行为举止；
- 传授你方法以挑战贵公司的现状。

聪明人需要聪明的企业。你可以花上职业生涯的三分之一时间，不断跳槽，以期寻找心中的梦想，也可以就在今天，开创属于你自己的聪明企业。

最后要提醒的是，改变世界的不是书本，而是人。虽然 SMART 经理人系列从最聪明的实践者及理论家那里采集来最耀眼的智慧，并将它们呈放在你的面前，然而将从书本中获得的知识应用于实践中就是你自己的责任了。

因为真正聪明的人知道读一本书只是一个过程的开始，而不是结束……

正如埃里克·霍弗(Eric Hoffer)所说，“在变化的时代中，拥有未来的是不断学习的人，而非已经饱读诗书的人，他们漂亮的知识装备只适用于一个不复存在的世界。”

大卫·弗思(David Firth)

SMART 经理人系列主编

中文版总序

“职业经理人”是西方的概念和词汇,用中国的通常话语就是企业家和高级管理人员。

Smart 是一个内容十分丰富的英语词汇。在这里很难译,也许可以勉强地作为“卓越”解。

怎样成为一名卓越的企业家和高级管理人员?已经出版的著作可谓车载斗量,在书店里、在书摊上达到令人眼花缭乱的地步。那么,为什么现在还要出版这套 SMART 经理人系列?

这套书逾 20 册,什么《公司战略》、《市场营销》、《公司财务》、《团队建设》、《领导艺术》,等等,都是老题目,就是《知识管理》、《创新管理》、《电子商务》等,也不是什么新鲜命题了,那么,还值得再出、再买这套书吗?

没有这样问题的读者不是,也不可能成为一名 Smart 经理人。轻信不是一个好品质。聪明人是不上第二次当的。

然而,管理是一门与时俱进的学问。因此,虽然题目依旧,

但内容常新。管理又是一门通变实用的学问,所以,著者仁者见仁,智者见智;读者各用其妙,存乎一心。

SMART 经理人系列,是一群国际知名学者最新的力作,就今日商业人士公认的最重要的主题,提供当今最全面、最前沿的管理观念和一线经验技巧。因此,跻身世界百强、亚洲三甲的中欧国际工商学院的专家们向中国企业推荐这套书。

当然,我始终认为书是人读的。同样的书不同读法,会有不同的收获。一本《红楼梦》,有的人当作淫书看,有的人当作男女爱情悲剧看,有的人当作一部封建家族兴衰史读,而毛主席独具慧眼从中看出了激烈的阶级斗争。

当然,这套书是西方学者写西方管理的。中国的发展阶段不同,文化传统不同,社会制度不同,希望从中照搬一个现代化管理来是不可能的。马克思主义虽是放之四海而皆准的普遍真理,教条主义地照搬,也给中国带来无穷的损害,何况企业管理呢?我们的任务应该是努力发现和研究西方先进管理背后所包含的基本原理,把它与中国企业管理的具体实践相结合,创造出中国特色的企业管理理念和方法来。

SMART 经理人系列献给 Smart 经理人。

愿中国有越来越多的 Smart 经理人。

刘吉

中欧国际工商管理学院执行院长

序 言

虽说只要有业务活动,就有客户,而且客户往往最终决定了企业的成败,但令人奇怪的是许多经理对自己的客户了解甚少。或许你领导着一个直接与客户打交道的部门,如市场部、销售部或售后服务部;或许你所管理的部门员工很少与实际客户发生面对面的接触,如生产部、发货部或会计部门,但无论在哪个部门,对每个部门经理来说,客户管理都是一门必修课,人人必须掌握并精通此道。设想如果你对你的客户不够熟悉了解,你的业务也就很难有长足的发展。一旦业务发展不顺,你还能称得上是一名合格的经理吗?

虽说人人都知晓客户的重要性,但是真要落实到行动,难度很大。本书所要阐述的就是从何入手解决这一最关键的问题。本书详尽阐述了作为一个精明的经理对客户所需了解的一切,读者只要学会融会贯通即可大功告成。

首先,你必须确认客户是你业务活动的中心;然后,你必须

掌握围绕这一中心的所有具体工作。这就是本书所阐述的关于客户服务理念理论的内容,也是精通客户管理的基本出发点。但本书的目的不仅仅局限于理论探讨、纸上谈兵,而是真正运用于业务活动之中。一旦你确立了客户在企业活动中的中心地位,你必须全面了解你的客户并清楚对他们如何进行管理。对于任何客户的不满,拿出相应的解决办法,以及杜绝类似事情的再发生,你都应该做到心领神会、十拿九稳。

由于你与客户的关系一直在持续发展着,所以对管理者来说,做到这些还是远远不够的。作为经理,你必须懂得如何促进这种关系并使之向有利于双方的方向发展。《客户管理》一书将告诉你如何与客户建立良好的互利关系,并开发新的客户群。

最后,你必须清楚你的客户每时每刻都在发生着变化,所以你对客户的了解不可能是静止不变的。本书将使你了解 21 世纪客户的一切信息,使你真正面向未来。本书所提供的大量信息、背景资料、实用方针和心得,将有助于你成为企业的优秀经理人才,让你不仅具有这方面的理论知识,而且能够学以致用,在工作中得心应手。

罗斯·杰伊

客户管理

Customers

SMART 经理人系列是一套为繁忙的经理人提供全新学习体验的图书。全套逾 20 个分册，集管理大师智慧、成功人士经验及实务者体会于一体，既有言简意赅的基本概念，更有来自一线的经验技巧，为经理人提供最具创新精神的解决方案。

SMART 经理人系列选择今日商业人士公认最重要的主题，探讨当今企业与经理人面临的最严峻的挑战，提供迄今为止最全面、最前沿的管理理念和最实用的管理工具，使他们在激烈的竞争中脱颖而出。

SMART 经理人系列中的每一本都包含独具特色、简单实用的六个专栏：



管理箴言：一语揭开管理奥秘



专家语录：提供商业巨子的真知灼见



走近大师：介绍大师的成长轨迹及主要成就



当头棒喝：指出足以致命的要害问题



非常高招：奉送绝佳解决方案



经理之声：反映大公司经理人的真实想法



罗斯·杰伊 (Ros Jay)

营销和沟通专家，著有 *Profitable Direct Marketing*,
The Essential Marketing Soucebook 和 *The Seven
Deadly Skills of Management*。

Smart

目录

序言

1. 客户服务理念 1

满足客户是所有企业的唯一使命和目标。

- 什么是服务? /2
- 服务的组成部分 /4
- 从何处入手 /9
- 什么是你的优势和劣势? /10
- 对客户有何区别? /13
- 绝不宽容 /15
- 制定标准 /16
- 实现理念 /21

2. 了解客户 29

客户一般对自己数年后的需求并不是很清楚,如果你要抓住他们,你就不能等他们自己来告诉你。

- 如何了解客户 /30
- 数据库有什么呢? /32
- 建立数据库 /41
- 透析数据库来源 /47
- 被遗忘的客户 /52

3. 客户管理 55

公司经常是一只眼看问题,他们只关注
节约成本,却很少想到因小失大的后果。

- 数据库工作/55
- 数据库的使用/59
- 客户管理/65
- 客户服务管理/74

4. 处理客户投诉 81

法则一:客户永远是正确的。法则二:
如果发现客户错了,请立刻返回法则一。

- 投诉情况/82
- 鼓励客户投诉/85
- 让投诉自灭/92
- 谁来受理这些投诉?/95
- 有效处理投诉/100

5. 培育忠诚客户 113

我保证从今天起，只要客户出现在我
十步范围内，我都将笑脸相迎，目不斜视。

- 客户为什么弃你而去/114
- 长此以往，坚持不懈/118

6. 关系营销 137

为客户定制的产品和服务越周到，你
对客户就越有价值，他们对你会越忠诚。

- 什么是关系营销？/138
- 建立忠诚度/142
- 数据库的作用/143
- 双向沟通/145
- 为客户定制产品/149
- 客户的价值/154
- 重新调整与客户的关系/159

7. 赢得新客户 165

你可以用自动化生产的方式来提高汽车的产量，却无法以相同的方法增加客户的数量。

- 制定目标/167
- 剖析客户/172
- 瞄准你的客户/176
- 制订方案/179
- 正式接触/183
- 创造客户/186

8. 全面实施 189

迎接未来的最好办法是把握现在。

- 互联网革命/189
- 产品和服务双向结合(Serducts and Provinces)/197
- 面对面的交流/199
- 聚焦客户/202