

共赢



[共赢_下载链接1](#)

著者:王奕, 李欣 编著

出版者:机械工业

出版时间:2006-5

装帧:平装

isbn:9787111189671

- 最前沿的大客户管理理论创新
- 最有效的大客户管理实践工具
- 共赢思路：顺应社会发展趋势，符合生意合作前提
- 理论模型：内含严密理论逻辑，外有高效实践总结
- 实践工具：呼应理论所讲观点，解决实际应用之忧
- 内容安排：既有简练准确文字，也有清晰易读图表
- 经典案例：旁征古今中外经验，博引东南西北教训
- 营销寓言：利用最轻松的方式，说明最深刻的道理

本书从大客户管理的三个方面——管理模式、运作模式及计划管理，前瞻性地说明了如何管理大客户。

管理模式关注组织架构、业务流程、绩效考核。首先是根据市场环境、大客户自身情况设置相匹配的组织。其次是理顺保证业务能够正常运作核心流程，包括如何理顺企业内部、企业与客户之间、包括企业与第三方公司（如物流公司）之间的关系。最后需要对每个流程的节点作考核，保证流程运作的效果和效率。

运作模式上关注两方面。一方面是销售标准，即大客户管理团队做事的方向和目标；一方面是客户化运作手册，关注通过什么样的方法、利用什么样的工具实现销售标准要求的目标。两者合起来，就是用正确的方式做正确的事。

计划管理从时间上分为三种，月度/周的计划 and 总结，季度优先计划（QPP）和年度的联合生意计划（JBP）；分别应用于大客户管理团队的基层、中层和高层。目的是以一种有计划的方式推动管理模式和业务模式，最终达到发展大客户生意的目标。

本书意义：

大客户对生意供应商日益重要。因为大客户不仅仅是销量和利润的保证，也是行业发展的风向标，是企业和产品形象的展示窗口，是与消费者沟通的纽带，是与竞品一较高下的战场，是信息收集的终端。

在国内，大客户管理也面临着同样的境地。以笔者多年的经验，以共赢为基础的大客户管理将是21世纪供应商与零售商合作的主流。因此我们著作此书，愿将我们的经验与大家共享。由于我国经济发展不平衡，大客户管理与欧美发达国家相比，仍处于爬坡学习阶段。基于这种现状，本书结合了先进的管理模式、运作体系和本地的实践经验，从共赢的角度策略并系统地阐述了大客户管理。相信对现在和将来可能进行大客户管理的供应商而言，都具有一定的启示和借鉴的作用。

作者介绍:

目录:

[共赢_下载链接1](#)

标签

评论

[共赢_下载链接1](#)

书评

[共赢_下载链接1](#)