

案例：顾客至上的原则 PDF转换可能丢失图片或格式，建议
阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/63/2021_2022__E6_A1_88_E4_BE_8B_EF_BC_9A_E9_c40_63614.htm 顾客至上的原则 以客户为中心安排业务流程，处处为顾客着想，创建方便快捷、安全有效的个性化服务使亚马逊拥有无穷魅力。在亚马逊用户只要在该网站买过一次书，其通信地址和信用卡账号就会被安全地存储下来。下回再购买时，顾客只要用鼠标点一下货物，网络系统就会帮你完成以后的所有手续。亚马逊还利用软件收集顾客在购物爱好和购物历史方面的信息，随时为顾客购买图书提供建议。亚马逊通过建立类似会员制的环境来主动联络顾客，利用E-mail对顾客的订单做出响应，告知发货时间，并能记下老顾客的邮寄地址和信用卡资料以简化订货手续。不断增加的顾客名单、E-mail地址和其过去的购买行为都成了亚马逊极其重要的无形财富。亚马逊在收到顾客订单后会立即给发E-mail确认。在寄出客户所订物品后，再发一个E-mail，并附带物品的记录号，这样做消除了顾客在网上购物的不确定性。此外，在售后服务方面，亚马逊允许读者在拿到订货的30天内，可以将完好无损的书或未开封的CD退回亚马逊，亚马逊将按原价退款。如果属于亚马逊的操作错误而造成的退货，亚马逊将按原价退款，并将运费也退回。如此周到细致的服务当然会在顾客中建立很强的信任度和忠诚度，这样回头客的增加和新客户的不断进入自然提高了亚马逊的营业额。 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com