第一图书网, tushu007.com

<<广告客户管理>>

图书基本信息

书名：<<广告客户管理>>

13位ISBN编号：9787313051905

10位ISBN编号：7313051905

出版时间：1970-1

出版时间：上海交通大学出版社

作者：乌嘉义

页数：139

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：http://www.tushu007.com

第一图书网, tushu007.com

<<广告客户管理>>

内容概要

《广告客户管理》结合国内外广告客户管理的实际，全方位地分析和阐述广告客户管理的基本理论、实施方法、关键技术及实践应用。
为广告客户管理实践注入更新颖更完善的理念、观点和方法。
《广告客户管理》内容丰富，通俗易懂，做到理论联系实践，知识与技术有机结合，突出实战性。
本书既可作为大专院校的教材，也可作为各种类型广告专业培训教材，同时也是各种类型广告经营管理人员的参考读物。

第一图书网, tushu007.com

<<广告客户管理>>

书籍目录

第一章　现代客户管理与广告客户管理创新第一节　现代客户管理与广告客户管理第二节　广告客户管理的服务创新第三节　广告客户管理的增值创新第四节　广告客户管理的关系创新第二章　广告客户信息的收集第一节　广告客户信息的内涵及收集要点第二节　广告客户信息收集的方法第三节　广告客户信息收集的改进第三章　广告客户信息的整理与分类第一节　广告客户信息整理的内容及目的第二节　广告客户信息的分类第三节　广告客户信息的人工整理分类第四节　广告客户信息的计算机分类整理第四章　广告客户满意度管理第一节　广告客户满意与客户满意度第二节　提高广告客户满意度第三节　有效地实施客户忠诚管理第五章　广告客户价值和广告客户让渡价值第一节　客户价值的含义和客户价值管理第二节　客户让渡价值的含义和构成第三节　客户关系价值分析第四节　广告公司高价值客户理念的探讨第六章　开拓广告客户的途径第一节　建立良好的广告服务体系第二节　进行精准的广告市场定位第三节　推进忠诚的广告市场营销第四节　开展多样的广告公司促销活动第七章　广告客户的巩固方法第一节　建立广告服务品牌第二节　提高广告客户满意度第三节　开发广告服务新项目第四节　强化广告公司内部客户管理第五节　改进广告服务质量第八章　CRM在广告客户管理中的运用第一节　CRM的理论框架第二节　CRM系统的建立与实施第三节　广告公司运用集成化CRM进行客户分析参考文献

第一图书网, tushu007.com

<<广告客户管理>>

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:http://www.tushu007.com