

<<感动营销>>

图书基本信息

书名：<<感动营销>>

13位ISBN编号：9787504745408

10位ISBN编号：7504745405

出版时间：2012-12

出版时间：中国财富出版社

作者：张谦

页数：228

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>

<<感动营销>>

内容概要

《感动营销：给顾客更多的惊喜，回归人性营销之道》旨在帮助企业 and 营销人员通过感动服务训练，为其顾客提供更完美的服务消费体验，提出回归人性的营销之道，分别通过八个大方面深入浅出地揭示了感动营销的真理，让你在带给客户更多惊喜的同时，也让未来的营销之路越走越通达顺畅！

在今后的市场营销中，感动营销的优势必定会越来越显著，掌握了这种营销方式，就等于抓住了客户的心，留住他们也就轻而易举了。

感动营销是一笔巨大的宝藏，值得营销人和企业不断挖掘！

<<感动营销>>

作者简介

张谦，感动营销开创者；门店销售训练专家；中华讲师网特邀讲师；中国家具协会培训部指定高级导师。

从事营销管理与培训13年。

参与营销咨询项目10个以上，深入企业内训100多家，培训300多场，培养督导500多人，受训学员3万多人次。

所授课程强调思维与行为的互动，案例丰富，实战性强。

擅长终端门店管理全面提升、企业督导实战训练、营销培训体系建设等。

并针对门店销售、服务领域开创了《感动营销》系列课程。

品牌课程：《感动营销》《金牌店长训练营》《督导训练营》《业绩提升的秘密》。

<<感动营销>>

书籍目录

第一章 现状：科技发达的今天，市场究竟怎么了外部压力下的市场之伤顾客挑剔下的业绩之伤内部变动下的企业之伤第二章 问题：企业的自我诊断企业缺乏清晰的战略定位缺少多赢理念时代挑战迫使行业变革第三章 感动营销助跑企业迈向卓越感动营销强调品牌优势，让经营更高效感动营销回归人性情感，让顾客更忠诚感动营销创建服务标准，让服务更出色感动服务的五个要素第四章 迈向卓越三步法，提升企业核心竞争力第一步：实施规范化服务，打造稳定服务品质第二步：提供个性化服务，打造优秀服务品质第三步：透过情感化服务，打造卓越服务品质第五章 关键点：六个关键点实现感动营销核心价值关键点一：形象美化印象，撬开感动心门关键点二：训练改善行为，增加感动资本关键点三：把握关键时刻，提升沟通效率关键点四：专业打造标准，情感引发忠诚关键点五：文化建造灵魂，团队营造氛围关键点六：领袖鼓舞激情，机制实现平衡后记

<<感动营销>>

章节摘录

目前，空调电器的销售毛利润相当透明，竞争激烈。如果你的空调制冷效果下降时，空调公司在三年合同维修期结束之后，仍旧在夏季来临之前，免费为你的空调提供了一次保养，并更换了新的雪种，最后走的时候还不忘再送你一把遮阳伞。面对这样的服务，你感动吗？加一次雪种，虽然费用并不高，可顾客却感觉占到了便宜，口碑相传，大额的广告费分解到几千家用户的成本中，很值得。这是由某空调公司专门为顾客准备的“超值感动服务”，这项服务保证了该公司的空调销售量长年居于国内同行业的前端。

其实，增加附加值的服务，往往表现在一些很小的事情上。

例如，你是一个小面馆的店主，顾客花10元钱买了一份面条，你只是做好后给他端上桌，他可能并没有什么感觉，不会对你做的面条有什么评价，也不会在乎你的服务态度，因为在他看来，花的钱也就值这些服务，微不足道。

但是，当你在为他端上面条时，顺便送上丰富的调料和餐巾纸，还微笑着对他说：“请慢用。”

客人离开时仍微笑着说：“欢迎您下次再来。”

相信他在离去的同时，心里还会记挂着你的小店和你这个亲切的店主，并下定决心，下次吃面的时候还来这里。

因为10元钱的服务，超出了顾客的预期值，附加值为你赢得了一位回头客。

顾客的心是很容易满足的，作为一个聪明、成功的营销人员，要善于把握顾客的这种心理，不时为他们做出些超值服务，去感动他们那颗看似不容易被感动的心。

这样才能在提供给顾客附加值的同时，让顾客创造更多利润，带给企业更多的附加价值和利润。

.....

<<感动营销>>

媒体关注与评论

营销的目的，就是为了感动消费者。

在产品供给爆炸的今日，《感动营销》为企业提供了系统的思路与方法，能够协助企业找到成功的DNA，在白热化商战中获取优胜的先机。

——金碟、神州泰岳等多家公司战略咨询顾问 王威 感动员工，会创造出有灵魂的产品与服务；感动顾客，会带来顾客忠诚与价值传播；用情投入，便会赢得价值。

正如张谦老师所说：以专业为事业，感动终端，感动生活。

——皇朝家私营销总经理 谈军 6年前，第一次见张谦时，她在风中边等我边练培训稿，有点意外的感动。

这些年，不论经过什么挫折，她依然专注、热情、进取，鼓励和影响着身边的人。

恭喜她的第一本书，希望看到她更多的成功。

——华润大学置地学院高级经理 何欣 张谦老师的观点很独特，善于捕捉生活中的案例，通俗易懂。

这本书，表面看，是讲服务方式、服务标准，实质上，是在讲服务战略，讲经营管理。

从理念到实践，从硬实力到软实力，从个人到团队，值得您细细品尝，反复回味。

——美的、格力、三一、贝因美、南车等多家企业顾问 邱伏生 讲师与老师有区别。

两者都传递知识与技能，而后者通过师德与态度，更能影响到学员的信念与灵魂。

认识张谦12年了，她对培训事业的专注态度与传播精神，更像一位老师，也令我佩服。

祝她在知识传播的路上，影响到更多的人。

——苏荷文化有限公司HR总监 徐兵 终端的成功，有赖于企业各方面的系统提升。

企业的领导者，是创建支撑系统的核心。

将心注入，创建属于自己的品牌服务模式，将是企业成功的关键所在。

——摩根世家总经理 肖良平

<<感动营销>>

编辑推荐

有一则药品的营销广告语是“用心做好药”，同理，营销也要用心做。用自己的诚心，给顾客带去更多的感动、更多的惊喜，顾客才能认可你的品牌，成为你最忠实的顾客，持续地为你创造良好的口碑。

<<感动营销>>

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>