

<<营销客户沟通（第二辑）>>

图书基本信息

书名：<<营销客户沟通（第二辑）>>

13位ISBN编号：9787509614020

10位ISBN编号：7509614023

出版时间：2011-8

出版时间：经济管理出版社

作者：（英）吉斯曼，（英）伍德 著，李毅 等译

页数：294

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>

## <<营销客户沟通（第二辑）>>

### 内容概要

艾莉森·吉斯曼和吉尔·伍德所著的这本《营销客户沟通》为“汉译管理学世界名著丛书”中的一本。

全书共分十个单元，主要内容包括：购买行为、沟通过程、沟通组合、会议、会见和谈判中的沟通、书面沟通方式等。

每个单元都包含下列基本内容：学习目标、提纲对照、学习指南、问题、答案、练习、解答、建议与提示、洞见、重要定义、定义、小结、深入学习。

<<营销客户沟通 (第二辑) >>

书籍目录

第一单元 客户的重要性

客户为什么重要？

商务活动中人们为何沟通？

那么你的客户是？

一个企业的客户是？

内部客户

内部市场营销

改进客户沟通

第二单元 购买行为

沟通的目的

沟通与市场营销

联系客户行为与外部沟通

沟通目标和购买过程

购买过程如何与沟通相关

理解机构购买行为

参考书目

第三单元 沟通过程

沟通的目的

沟通链

沟通成功的障碍

避免沟通障碍

有效的沟通者

设计商业讯息

如何在设计讯息时使用PASS结构图

第四单元 沟通组合

沟通组合/促销组合

整合市场营销沟通

线上促销活动

线下促销

企业形象

品牌形象

标志

包装

销售现场商品展示

促销

展览

赞助

公共关系

直接市场营销

评估广告效果

大纲的作用

<<营销客户沟通 (第二辑)>>

第五单元 信息通讯技术在客户沟通中的作用

与客户的沟通是如何变化的

电子商务的发展

使用信息通讯技术改善客户沟通

互联网

网站

电子邮件

内部网

外部网

电子交易

电子商务

电子市场营销

未来展望

无线通讯

数字技术

第六单元 有效沟通

市场营销中的沟通技巧

语言沟通

非语言沟通技巧

使用和解读非语言沟通

聆听技巧

使用电话

设计电话沟通

有效致电指南

接听电话指南

电学会议

演讲技巧

第七单元 会议 会见和谈判中的沟通

会议

举行会议的动因

会议的类型

安排与组织会议

组织正式会议

会议术语

会议文件

会见和谈判的作用

会见的目的

会见的类型

会见的计划

会见的过程

问题的类型

谈判

第八单元 使用统计数据和图像信息

为什么数据与市场营销有关？

解读、选择和总结信息

为什么要使用图像信息？

<<营销客户沟通 (第二辑) >>

如何展示图像信息

信息失真的问题

第九单元 书面沟通方式

为什么要学习沟通方式?

市场营销中的书面沟通技巧

何时使用信件

商务信件的格式

信件的类型

备忘录

电子邮件

通知

报告

文章

第十单元 客户服务与客户关怀

与客户的关系

变化着的客户需要

客户重视

伦理营销

质量与客户关怀

取悦客户

关系营销

管理客户关系

改进客户互动

建立客户关怀计划

客户关怀系统为什么有时会失败

投诉

在客户服务中使用信息和通讯技术

附录一 考试准备指南

附录二 接受CIM课题和综合项目的挑战

附录三 答案与解答

附录四 课程信息和阅读书目

<<营销客户沟通（第二辑）>>

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>