

图书基本信息

书名：<<忠诚营销：E时代的客户关系管理>>

13位ISBN编号：9787800995064

10位ISBN编号：7800995062

出版时间：2001-09

出版时间：中国三峡出版社

作者：（美）辛德尔

译者：阙澄宇/史达/刘红波

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>

内容概要

本书是为那些对管理咨询和技术术语不感兴趣的专业管理者而写的，是一本实践性很强的手册。它阐述了在全球新经济的环境中，如何利用互联网技术辨别和吸引消费者，为其提供服务并使其留在你的阵营中，从而使你更好地迎接生产过程与组织形式转变的挑战。

全书提供了具体的、易于遵循的指南，有助于你通过创建和实施有效的策略，强化电子商务环境中顾客忠诚的纽带，从而获得顾客对你的忠诚。

除此之外，《忠诚营销》一书还包括一些可使你在网络革命中占据优势的各种工具。

实物清单、传递活动和行动计划

完整的词汇术语表，以帮助你阅读这本技术性较强的书籍

显现最佳实践经验的成功范例

内容详尽的“软件解决方案”，针对具体的任务指出了所应采取的具体解决办法

书籍目录

目录

译者的话

概述

第一部分eCRM实务介绍

第一章电子化客户关系管理的重要性

在今天这个时代，顾客有很多选择。
无论满不满意，他们都没有必要对任何公司保持忠诚，顾客对你表示满意与他们对你保持忠诚之间没有必然的联系。
所以我们仅仅得到顾客的满意还远远不够。
而忠诚的顾客是最能给你带来利润的，也是最值得公司管理者关注的.....

了解顾客忠诚的重要性

顾客忠诚的经济学

顾客忠诚的来源

获得顾客忠诚的方法

客户价值反馈模型

电子商务方兴未艾

传递超级价值

小结

行动计划

参考书目

第二章电子化客户关系管理的挑战

竭力拓展某种类型的顾客忠诚是毫无意义的，选准正确的顾客对公司来说才是至关重要的。
多花点时间去仔细辨别你的顾客，这不仅能给你带来更多的利润，而且还能减少营销成本.....

给顾客忠诚下定义

瞄准重要的顾客

并不是所有的顾客都一样

测算顾客终身价值

传统的建立顾客忠诚的方法

建立顾客忠诚的在线能力

小结

行动计划

参考书目

第三章向网络时代转变

任何一家企业，如果想向网络时代转变，它的每个部门、每种产品以及每种功能都必须发生相应的改变，对此你应有充分的心理准备。
而且，一旦建立起新的系统，就要持之以恒地发展以保持长期的竞争优势.....

电子商务的机遇与挑战

透视电子商务公司

做好成功转变为电子商务公司的基础性工作

了解电子顾客

瞄准顾客需要和忠诚类型

朝着顾客的期望去努力

小结

行动计划

参考书目

第二部分dCRM顾客忠诚的建立过程

第四章留住你的电子化顾客

所有的公司都想永远地留住其现有的顾客。

.....

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>