

<<当代直复营销>>

图书基本信息

书名：<<当代直复营销>>

13位ISBN编号：9787810847728

10位ISBN编号：7810847724

出版时间：2006-6

出版时间：东北财大

作者：莉萨.D.斯彼勒

页数：319

译者：高建

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>

<<当代直复营销>>

内容概要

本书由直复营销教育奖的获得者莉萨·D.斯彼勒和“直复营销名人堂”成员马丁·拜尔合著，为我们提供了今日商业世界中不可或缺的直复营销的系统阐述和全新视野。

全书阐述了直复营销的若干重要专题，是目前直复营销研究和教学最为全面和权威的著作/教材之一。

新技术正在推动着直复营销的理念和策略快速地普及和应用。

大众营销已经让位于一对一的互动式、可测量和可调控的个体化营销。

要想在今天的商业环境中获得竞争优势，营销者需要通晓数据库营销、客户关系营销以及可测量性、反馈式导向营销——这些都包含在直复营销中。

由直复营销教育奖的获得者莉萨·D.斯彼勒和“直复营销名人堂”成员马丁·拜尔合著的这部教材，为我们提供了今日商业世界中不可或缺的直复营销的系统阐述和全新视野。

作者简介

莉萨·D.斯彼勒是位弗吉尼亚克里斯托弗·纽波特大学商学院的营销学教授。她在该校为商学院本科生开设直复营销课程已经有20年了，并帮助该校在直复营销领域成为领先者。斯彼勒博士的营销专业的学生曾获得直复营销协会颁发的令人称羡的学院金锣奖（Collegiate Gold ECHO Award）（2003年）和银锣奖（Collegiate Silver ECHO Award）（2002年）。斯彼勒教授获得的教学成就奖包括：直复营销协会颁发的教师进言优秀奖（Faculty Advisor Leader Awards）（2003年和2002年），直复营销教育基金会颁发的杰出教学成就奖（1997年），突出教学贡献奖（1986年）。她的研究主要集中在与直复营销和数据库营销相关的领域，曾发表过许多研究成果。她还是几家编辑委员会的骨干会员，包括《交互式营销》杂志的编委会成员，且有10年的工作经历。斯彼勒教授在加侬大学（Gannon University）获得了文、理学士学位和工商管理硕士（MBA）学位，在堪萨斯城的密苏里大学获得博士学位。进入学术界之前，斯彼勒

书籍目录

第1章 直复营销概论1.1直复营销概论1.2营销观念与顾客关系管理1.3直复营销是对传统营销的发展1.4直复营销的特征1.5直复营销的发展历史1.6顾客的创建与培养1.7直复营销的使用者及其使用原因1.8直复营销的发展趋势本章小结关键术语复习题练习案例：TreadMoves——互联网上的一个成功事例第2章 直复营销名录与细分2.1市场细分的性质2.2市场细分基础2.3地区邮编细分市场2.4细分市场名录2.5名录产业2.6名录评价2.7名录与顾客数据库本章小结关键术语复习题练习案例：莉莲·弗农(LillianVernon)公司第3章 数据库驱动直复营销3.1客户数据库3.2数据库开发3.3数据库维护3.4数据库安全3.5数据库的使用和应用3.6数据库更新3.7客户终身价值本章小结关键术语复习题练习案例：Smithfield食品有限公司第4章 发盘规划4.1什么是发盘4.2发盘规划4.3发盘的组成4.4创建一个发盘4.5流行发盘本章小结关键术语复习题练习案例：欧德美国保险公司第5章 直复营销中的创意性战略5.1发盘+数据库+促销=顾客5.2品牌和树立形象vs响应和交易5.3购买者行为：购买能力vs消费倾向5.4创意性促销的广告撰写和图像技术5.5特定媒体的创意性广告本章小结关键术语复习题练习案例：评估利益vs广告中的说服第6章 直邮和其他的印刷媒体6.1直邮作为一种印刷媒体6.2杂志作为一种印刷媒体6.3报纸作为一种印刷媒体本章小结关键术语复习题练习案例：NewportNews有限公司第7章 广播和其他电子媒体7.1电视7.2收音机7.3交互电子媒体7.4电视/电话连接7.5销售人员本章小结关键术语复习题练习案例：政府雇员保险公司直复营销第8章 电话营销8.1电话作为一种营销媒体8.2计划一个电话营销方案8.3呼叫中心8.4媒体测评8.5电话营销的道德和法律问题本章小结关键术语复习题练习案例：1—800—鲜花店第9章 互联网9.1最新的交互营销媒体9.2交互媒体的应用9.3测量和提高网站访问量及吸引力9.4管制问题本章小结关键术语复习题练习案例：戴尔计算机公司第10章 顾客服务和商业履行10.1顾客服务的重要性10.2商业履行10.3商业履行过程10.4商业履行选择10.5运输选择10.6商业履行的问题本章小结关键术语复习题练习案例：莉莲·弗农公司的全国配送中心第11章 直复营销研究：调查与实验11.1研究的本质11.2数据：类型、来源及搜集11.3作为测试的实验11.4样本和估计11.5差异的测量11.6构造并评估一个实验11.7实验的机会本章小结关键术语复习题练习案例：一个说明性的实验第12章 管制环境：直复营销中的伦理和法律问题12.1直复营销中的伦理问题12.2消费者的基本权利12.3立法问题12.4隐私权立法12.5隐私权问题12.6直复营销的管制机构12.7未来展望：自律或者立法本章小结关键术语复习题练习案例：《电话消费者保护法案》(TCPA)第13章 B2B(工业市场)直复营销13.1工业市场的特征13.2B2B直复营销的用途和使用者13.3B2B直复营销面临的挑战13.4如何区分B2B细分市场13.5利用数据库区分B2B市场本章小结关键术语复习题练习案例：一个数据库驱动型的B2B销售计划第14章 非营利组织直复营销14.1非营利组织直复营销14.2筹款14.3媒介策略与赢取奖励活动14.4政治活动直复营销本章小结关键术语复习题练习案例：国家历史文物保护单位第15章 国际直复营销15.1国际直复营销概况15.2国内直复营销和国际直复营销的区别15.3决策走向国际15.4市场进入模式15.5国际直复营销基础设施15.6地区市场分析本章小结关键术语复习题练习案例：走向全球化的美国商品目录

<<当代直复营销>>

编辑推荐

本书由直复营销教育奖的获得者莉萨·D.斯彼勒和“直复营销名人堂”成员马丁·拜尔合著，为我们提供了今日商业世界中不可或缺的直复营销的系统阐述和全新视野。全书阐述了直复营销的若干重要专题，是目前直复营销研究和教学最为全面和权威的著作/教材之一。

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>