

## <<精确行动：聚焦客户的营销转型>>

### 图书基本信息

书名：<<精确行动：聚焦客户的营销转型>>

13位ISBN编号：9787500438601

10位ISBN编号：7500438605

出版时间：2003-08

出版时间：中国社会科学出版社

作者：宝利嘉

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>

## <<精确行动：聚焦客户的营销转型>>

### 内容概要

进入新世纪以来，粗放的营销模式开始被客户所厌弃，以企业为出发点的4Ps，先被4Cs，进而被完全以客户为中心的4Rs所取代。

再加之商业竞争的日益激烈和信息技术的突破性进展，营销界正在爆发一场意义深远的革命，无论是营销理论还是实践都面临着一种结构化的转型：从传统的、大众的和粗糙的方法跃变到深度化、细分化和精确化的模式。

从现在开始，客户不再是抽象意义上的产品和服务消费者，而是一个个特征鲜明的个体。

对企业和经营者而言，只有精确地掌握客户特点和需求，并高效地设计和执行精确行动策略才能在竞争环境中生存。

一言以蔽之，聚焦客户的精确行动，将成为转型后的营销新法则。

本书为中国企业提供了一套行之有效的精确行动理念和方法，并融合了大量翔实的案例和前沿观点，读来一定会让你受益匪浅，不断创造新的营销奇迹！

## <<精确行动：聚焦客户的营销转型>>

### 作者简介

宝利嘉顾问：作为《宝利嘉文库》的编撰者，始终扎根于中国市场，多年来致力于本土化管理类知识产品的研发和运营，具有深厚的顾问及培训经验，同时在经管类图书的出版上也成就斐然。团队在宝利嘉顾问公司首席顾问杨东龙先生的指导和统率下，本着专业化、前瞻性、实用性的原则，正在开创一条中西结合的管理之路。

## <<精确行动：聚焦客户的营销转型>>

### 书籍目录

总序——赢向新千年的营销转型

前言——精确行动：竞争力的新起点

第1章 客户时代的新规划

一、神奇的营销魔方(3)

二、客户关系的复兴(7)

案例：联想(Lenovo)的客户关系策略(14)

三、技术驱动的革命(16)

四、客户：市场竞争的终极因素(22)

教你几招：留住客户的五大秘诀(25)

案例：HP的客户中心战略(27)

五、精确化：营销的新规范(28)

第2章 精确革命与行动纲领

一、聚焦客户：从4Ps到4Rs的演进(36)

二、精确行动的核心思想(43)

三、“一对一”：精确行动的内核(49)

四、CRM：精确行动的解决方案(57)

第3章 精确行动的技术体系

一、技术：让精确成为可能(65)

二、呼叫中心实现互动沟通(68)

三、数据挖掘：信息向知识的转化(73)

四、商业智能与营销自动化(77)

五、电子商务：构筑全新商务平台(82)

第4章 构建数据库：精确行动的首要环节

一、数据库在行动(91)

二、高价值的数据库源于高品质的数据(98)

三、给客户数据找个好归宿(101)

教你几招：客户数据库管理过程(106)

四、从数据到知识的锐变(108)

五、数据库与客户隐私(113)

第5章 细分客户：精确到个体

一、细分：瞄准正确的客户(119)

二、全方位的客户观测(122)

三、VALS模型和AIO模型(129)

四、精确营销需要精确细分(137)

第6章 准确识别客户价值

一、别让客户坑害你(151)

警示录：失败的五种途径(157)

二、深度分析确定客户特征(158)

案例：特别关注重点客户(164)

三、获取客户的终生价值(165)

四、客户流失的辩证分析(171)

第7章 多方设法锁定客户

一、直接营销卷土重来(179)

二、呼叫中心改善沟通和关系(184)

案例：用呼叫中心来呵护生命(191)

## <<精确行动：聚焦客户的营销转型>>

三、利用互联网展开精确营销(192)

案例：雅虎的网络广告(194)

教你几招:全新的数字化体验(204)

四、创建数字品牌(205)

第8章 提供个性化价值

一、个性化，否则死亡(213)

二、定制：个性化价值设计(217)

案例：个性化服务提升客户价值(222)

三、电子分销：注入个性化气息(223)

商务备忘：中介的消亡(232)

四、运用网站构筑个性化购物空间(233)

案例：戴尔公司的商业模式(242)

第9章 建立忠诚型客户关系

一、客户忠诚的财务价值(253)

二、客户忠诚的形成机制(262)

三、忠诚阶梯与忠诚方案(270)

教你几招：测量客户保留率(279)

四、差别化：获取客户忠诚的策略(281)

教你几招：在线忠诚战略(285)

第10章 CRM战略：精确行动的助推器

一、建立未来的商业壁垒(289)

二、CRM行动手册(295)

三、实施CRM的关键成功因素(306)

四、跨越ROI的鸿沟(312)

## <<精确行动：聚焦客户的营销转型>>

### 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>