第一图书网, tushu007.com

<<忠诚可求>>

图书基本信息

书名：<<忠诚可求>>

13位ISBN编号：9787501757442

10位ISBN编号：7501757445

出版时间：2003-01

出版时间：中国经济出版社

作者：杨东龙,宝利嘉

页数：307

字数：242000

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

如果你拥有客户忠诚，就拥有一切！
忠诚，这一昔日被商家束之高阁的人类美德，如今越来越受到众多商家的青睐。
大量的研究发现，对"忠诚"的追求和获取是许多成功公司长盛不衰的不二法则，这其中既包括身处传统行业的强者，如：沃尔玛、通用电器、卡尔兹饭店，也包括现代经济下的新贵，如：戴尔、思科、电子港湾。
但仅仅知道忠诚具有价值是不够的，就像人人知道珠穆朗玛峰是世界最高峰，却很少有人能到达其峰顶。
因此，要获取忠诚的客户，我们必须拥有一套科学的方法。
本书正是为苦苦寻觅忠诚客户"芳踪"的公司而量身定制的。
本书为你提供了一套很具操做性的客户忠诚解决方案，其中包括了一系列的策略和技巧。
并在写作上力求创新，语言生动活泼、富有哲理、读来引人入胜。
如果你想通过建立客户忠诚关系来获取竞争优势，本书是你应认真研读的一本好书。

第一图书网, tushu007.com

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

书籍目录

前言——客户无价，忠诚可求第一章　新时代客户的忠诚倾向第二章　客户终身价值分析第三章　打造客户忠诚的黄金通道第四章　忠诚方案之一：寻找正确的客户第五章　忠诚之案之二：提升客户感知价值第六章　忠诚方案之三：优化客户体验第七章　忠诚方案之四：用IMC建立对话关系第八章　忠诚方案之五：用QFD设计完美质量第九章　忠诚方案之六：简化投诉过程第十章　忠诚方案之七：在定制中学习第十一章　管理的忠诚客户第十二章　忠诚的测量参考文献

媒体关注与评论

书评长期以来，管理者总认为市场份额是获取利润的原动力，PIMS（市场份额的利润效果）的研究支持了这种观点，但弗雷德里克（被誉为“忠诚之父”）等人却证明了这种观点的错误，他们发现了一个与高利润和快速增长更为密切相关的因素——客户忠诚。
弗雷德里克指出，哪个企业赢得了客户的忠诚，就等于获取了源源不断的利润。
但是，你如何确保客户一直会对你忠诚呢？
在本书中，宝利嘉的顾问向你全面展示了忠诚的理念、法则和实际技巧。
他们再一次证明，忠诚的艺术和忠诚关系的建立是使现代企业真正具备竞争力的关键所在，完全值得仔细研读！

第一图书网, tushu007.com

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