

<<顾客资产运营研究>>

图书基本信息

书名：<<顾客资产运营研究>>

13位ISBN编号：9787505857186

10位ISBN编号：7505857185

出版时间：2006-7

出版时间：中国经济科学出版社发行部

作者：张国军

页数：238

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>

<<顾客资产运营研究>>

内容概要

《顾客资产运营研究》将企业忠诚、持久而稳定的顾客关系界定为企业的顾客资产。随着顾客导向时代的到来，顾客资产的价值已日益为企业所认同和重视，并成为企业的一项极为重要的战略资产。

作者从忠诚顾客关系的本质特征——顾客情感维度入手，从理论上探讨了顾客资产（顾客关系）的运营问题，迎合了体验经济时代消费者的体验消费需求。

在实践层面上，一方面，可以促进企业从战略高度上认识建立真诚顾客关系的必要性和重要意义，并从组织。

制度与文化层面上切实加以推进，以增进顾客对企业的情感依恋和培植顾客关系的亲和力与信任度；另一方面，可以促进企业从操作层面上思考如何围绕情感因素来获得、维系与利用顾客资产。

（顾客关系），并提供了可借鉴性思路。

<<顾客资产运营研究>>

作者简介

张国军，男，江苏省洪泽县人，1966年10月出生，汉族，中共党员。
南京财经大学营销与物流管理学院副院长、副教授，管理学博士。
主讲市场营销学、服务市场营销学和整合营销学等课程。
研究方向为市场营销战略、服务营销和顾客关系管理等。
先后在《中国工业经济》、《经济管理》、《经济纵横》、《现代经济探讨》、《企业活力》等国内核心重点期刊上发表论文近30篇，其中有5篇论文被中国人民大学复印刊《工业企业管理》和《乡镇企业与农场管理》全文复印。
参加省市级课题和企业横向课题若干项。

<<顾客资产运营研究>>

书籍目录

第1章 导论1.1 问题的提出及选题意义1.2 概念的界定1.3 本书研究的主题及其框架1.4 本书的主要研究方法与创新之处第2章 文献回顾与评述2.1 顾客关系研究的进展2.2 顾客资产管理研究综述2.3 本书研究的切入点及拟解决的问题第3章 顾客资产与企业竞争优势研究3.1 企业竞争优势的顾客资产资源观3.2 企业竞争优势的顾客资产管理核心能力观3.3 企业竞争优势的顾客感知价值观第4章 顾客资产运营的企业基础4.1 以顾客为中心的战略思考4.2 以顾客为中心的企业组织运作4.3 以顾客为中心的企业文化4.4 向顾客学习, 建立学习型顾客关系第5章 顾客资产的获得和维系5.1 顾客关系发展的阶段5.2 顾客资产的获得5.3 顾客资产的维系第6章 顾客资产的经营6.1 对现有顾客的附加销售6.2 口碑宣传与推荐6.3 品牌延伸6.4 顾客资产的企业间合作利用第7章 顾客资产运营的实证考察7.1 关于实证考察的总体说明7.2 关于顾客资产运营的企业基础考察7.3 关于顾客资产获得手段与策略的企业考察7.4 关于顾客资产维系的策略与手段的企业考察7.5 关于顾客资产利用的企业考察7.6 结论与对策性建议附录: 企业顾客资产(顾客关系)运营研究调查表参考文献后记

<<顾客资产运营研究>>

编辑推荐

《顾客资产运营研究》将企业忠诚、持久而稳定的顾客关系界定为企业的顾客资产。作者从忠诚顾客关系的本质特征——顾客情感维度入手，从理论上探讨了顾客资产（顾客关系）的运营问题，迎合了体验经济时代消费者的体验消费需求。

<<顾客资产运营研究>>

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>