第一图书网, tushu007.com

<<顾客视角的动态顾客价值理论与实践>>

图书基本信息

书名：<<顾客视角的动态顾客价值理论与实践>>

13位ISBN编号：9787505890565

10位ISBN编号：7505890565

出版时间：2010-03-01

出版时间：经济科学出版社

作者：花昭红 著

页数：258

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

《顾客视角的动态顾客价值理论与实践》根据顾客价值理论的研究框架，首先确立了以顾客视角展开动态顾客价值理论的研究；同时在广泛阅读国内外文献的基础上，发现了现有顾客价值理论的不足之处，即：着重于静态顾客价值研究，缺乏对动态顾客价值的研究。
《顾客视角的动态顾客价值理论与实践》着重动态顾客价值理论研究的意义主要表现在：第一，动态顾客价值理论的研究克服了静态顾客价值理论的局限性，揭示了动态顾客价值的变化规律；同时，以动态方法考察顾客价值的变化趋势，提高了理论的预见性和科学性，并为企业安全经营提供理论保障。
第二，可以使企业洞察顾客需求，准确选择目标市场，提高营销效率；把握目标顾客的动态顾客价值变化趋势，对其施加积极影响，培育竞争优势；为新产品或服务开发提供思路，以便创造、提供顾客真正需要的有优势的顾客价值，取得市场竞争的优势地位。

书籍目录

第1章 研究视角与动态顾客价值的界定1.1 研究视角分析与相关概念界定1.1.1 研究视角分析1.1.2 不同研究视角的区别1.2 动态顾客价值概念的界定1.2.1 价值概念 1.2.2 静态顾客价值概念 1.2.3 动态顾客价值概念 1.3 动态顾客价值理论研究背景与意义1.3.1 研究背景1.3.2 研究意义1.4 研究内容1.5 本章小结第2章 顾客视角的顾客价值理论文献综述2.1 顾客价值理论产生的理论前提2.1.1 顾客价值理论产生的理论背景2.1.2 顾客价值理论产生的理论基础2.2 顾客价值理论的文献综述2.2.1 顾客视角的顾客价值概念文献综述 2.2.2 顾客视角的顾客价值构成因素研究的文献综述2.3 动态顾客价值理论文献综述2.3.1 随时间推移而变化的动态顾客价值理论研究2.3.2 因地理区域而不同的动态顾客价值理论研究2.3.3 动态顾客价值理论研究文献评述2.3.4 顾客视角的动态顾客价值管理研究综述2.4 本章小结第3章 顾客视角的动态顾客价值理论分析3.1 动态顾客价值理论体系构建的理论支撑3.1.1 近似理性模型理论：动态顾客价值的近似模拟3.1.2 博弈论：顾客与企业利益格局的形成3.1.3 心理学有关理论与方法：动态顾客价值理论研究基础 3.2 动态顾客价值理论的环境渊源3.2.1 宏观环境3.2.2 中观环境3.2.3 微观环境3.3 动态顾客价值理论的基本内容与构成要素3.3.1 动态顾客价值理论的研究基础3.3.2 动态顾客价值理论的基本内容3.3.3 动态顾客价值的构成要素3.4 动态顾客价值理论的变化维度3.4.1 纵向维度3.4.2 横向维度3.4.3 交叉维度 3.5 本章小结 第4章 顾客视角的动态顾客价值理论模型的构建4.1 动态顾客价值理论模型构建的条件 4.1.1 市场信息流动的双向性……第5章 顾客视角的动态顾客价值理论的实证研究第6章 基于动态顾客价值理论的企业竞争优势培训第7章 开展内部营销优化顾客价值的创造与传递第8章 以价值为纽带简历顾客与企业间的新型利益格局参考文献致谢后记

章节摘录

1.3 动态顾客价值理论研究背景与意义　　动态顾客价值理论的研究，是企业更好地理解顾客、建立与顾客之间良好关系、促进企业持续良性发展的根本途径。
本研究可以帮助企业提高营销的针对性和效率。
因此，对动态顾客价值进行研究，既有重要的研究背景，又有重要的研究意义。
1.3.1 研究背景　　顾客具有战略地位。
企业要想赢得市场，就必须先赢得顾客。
企业的生存发展依赖于顾客，与顾客息息相关。
顾客是企业一切工作的核心。
但是，在长期的市场经营过程中，企业认可顾客的重要地位，但是却又对顾客缺乏深入细致的研究，不能真正站在顾客角度去考虑问题。
动态顾客价值理论研究就是站在顾客角度，去探察动态顾客价值的变化趋势和规律，使企业的营销活动真正做到以顾客为中心。
选择该课题的背景原因是：　　（1）更好地满足顾客需求的需要。
企业要实现经营目标就必须满足顾客需求；而要真正满足顾客需求就必须深入了解顾客真正需求的内容，这样才能使自己的生产经营活动符合广大顾客的需求。
产品或服务作为顾客价值的载体，只有满足顾客需求，得到顾客的认可，才能拥有市场和发展的前景。
另外，市场环境不断变化，顾客需求的内容也会迅速变化，因此企业要把握市场的脉搏，了解企业经营活动中的问题，就要对顾客需求进行跟踪调查，了解顾客需求发展变化趋势，以便防患于未然，及时发现问题和解决问题。
只有站在顾客的角度去看待问题，设身处地为顾客着想，真正为顾客提供解决问题的方案，才能使企业所生产的产品或服务符合社会和顾客的需要，而不会造成资源的浪费。
另外，企业只有随时关注顾客需求的变化，并根据顾客需求来调整自己的生产和营销活动，才能促进社会主义生产目的的实现。
动态顾客价值理论研究可以使企业更好地围绕顾客需求来开展工作，从而使顾客需求得到更好的满足，符合社会生产的目的。
……

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