

<<情感营销>>

图书基本信息

书名：<<情感营销>>

13位ISBN编号：9787508025223

10位ISBN编号：7508025229

出版时间：2001-9

出版时间：华夏出版社

作者：（美）罗比内特等

译者：鲁虎等

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>

<<情感营销>>

内容概要

世界上最老和最受人喜爱的品牌之一——豪马贺卡公司撰写了这本关于顾客忠诚的著作。对于遍布全球、数以万计的坚定的忠诚顾客来说，豪马品牌所代表的已经远远超出贺卡本身。它代表着终身的挚爱、往昔的延续以及未来的希望。在《情感营销》中，豪马的顶级人士首次披露在他们公司持久成功背后的情感营销战略。

尽管花费巨资推出雄心勃勃的忠诚计划、关系管理计划和一对一营销计划，对大多数公司来说，顾客忠诚仍像以往一样难于把握。

因急于找到忠诚之迷的答案，许多大公司求助于豪马。

与其他任何公司不同的是，它已经越来越成为获得和保有最难的东西——顾客的心的这一能力的象征。

《情感营销》首次为读者提供了对豪马建立与顾客持久情感联系的卓越能力的深入分析，豪马的忠诚顾客不但数量众多，而且他们的忠诚已跨越几代人。

更为重要的是，本书论述了独创性的情感营销理论和方法，供你在公司中付诸实施。

<<情感营销>>

作者简介

<<情感营销>>

书籍目录

- 第一部分 情感营销为什么起作用
- 第1章 情感营销的商业案例
- 第2章 价值星 情感营销的模式
- 第二部分 情感营销是讲什么的
- 第3章 情感因素：信实
- 第4章 情感因素：体验
- 第5章 情感因素：精力
- 第6章 产品和价格 价值星的理智方面
- 第三部分 情感营销如何付诸实践
- 第7章 建立持久的顾客关系
- 第8章 营销沟通中的情感
- 第9章 互联网上的情感营销
- 第10章 另一个因素 员工
- 第11章 情感营销 一个行动计划
- 附录 评估工具

<<情感营销>>

编辑推荐

《情感营销:豪马公司赢得终身客户的营销技巧》由华夏出版社出版。

<<情感营销>>

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>