

<<客户天才>>

图书基本信息

书名：<<客户天才>>

13位ISBN编号：9787802553606

10位ISBN编号：7802553601

出版时间：2010-3

出版时间：企业管理出版社

作者：菲斯克

页数：382

译者：夏金彪

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>

<<客户天才>>

内容概要

在产品严重同质化、客户需求日益多样化和个性化的买方市场中，《客户天才》深入探讨了如何用个性化的方式有效地吸引、服务并留住客户，关注客户体验，并以此作为企业盈利和成长的途径！

10个支柱。

30种方法，50则案例。

打造客户型企业的全新蓝图！

从亚马逊到悦榕酒店。

从精英俱乐部到美国在线汽车租赁公司Zipcars，书中探讨750家世界领先的客户型企业，如亚洲航空公司的崛起、波音公司与客户的合作、地中海俱乐部的细分焦点、迪士尼的客户构想、农夫制鞋公司的想象力、任天堂游戏激发的欲望、多芬护肤品体现的现实主义态度和哈雷摩托的部落忠诚度等。

客户型企业的“天才”之处在于。

它们以由外而内的视角采取行动。

它们吸引和留住最佳客户，为他们提供服务，走向通往盈利和发展的道路。

以由外而内的全新视角经营企业，现在就行动起来吧！

<<客户天才>>

作者简介

彼得·菲斯克不但是世界公认的商业战略学家、世界各国众多企业掌门人的顾问、鼓舞人心的商业演说家，还是一名企业家。

他与世界顶尖的大型企业合作多年，如英国航空公司、可口可乐、英国玛莎百货、微软、维珍等。

他曾经担任全球规模最大的专业营销机构“特许营销协会”

<<客户天才>>

书籍目录

第一部分 客户的天地 路径1：你好！

路径2：我的世界……人与激情 2.1 了不起的人类 案例1：Face book 2.2 地球村 案例2：亚洲航空公司 2.3 客户群落 案例3：悦榕酒店 路径3：我的事务安排……对我最重要的东西 3.1 感性世界 案例4：百度 3.2 客户万花筒 案例5：施丹兰香皂 3.3 客户日程 案例6：农夫鞋 路径4：按照我的要求……人的力量 4.1 客户的力量 案例7：“活得坚强” 4.2 要拉，不要推 案例8：前进保险公司 4.3 由外而内，由内而外 案例8：汽车租赁公Zip cars 路径5：我的企业……客户的企业 5.1 以客户为中心的企业 案例10：亚马逊 5.2 客户的价值，企业的价值 案例11：百思买 5.3 客户型企业的维度第二部分 客户型企业 维度1：客户构想 1.1 客户目标 案例12：乐高 1.2 客户品牌 案例13：艾凡达 1.3 站在客户一边 案例14：墨西哥水泥公司 维度2：客户战略 2.1 客户盈利性 案例15：耐克女性系列 2.2 客户细分 案例16：地中海俱乐部 2.3 客户管理 案例17：印度塔塔 维度3：客户洞察 3.1 客户智慧 案例18：多芬 3.2 客户体验 案例19：H&M 3.3 客户洞察 案例20：哈拉赌场 维度4：客户主张 4.1 客户背景 案例21：全食食品超市 4.2 客户卖点 案例22：乐施会的“解囊相助项目” 4.3 客户交谈 案例23：周仰杰 维度5：客户解决方案 5.1 客户合作 案例24：亨氏番茄酱 5.2 客户创新 案例25：微型车Smart登陆美国 5.3 客户解决方案 案例26：波音787梦幻飞机 维度6：客户纽带 6.1 客户沟通 案例27：中国物美超市 6.2 客户网络 案例28：Zopa 6.2 客户门户 案例29：精英有限公司 维度7：客户体验 7.1 客户旅途 案例30：任天堂Wii 7.2 客户剧场 案例31：新鲜液体食品 7.3 卓越体验 案例32：熊熊工作室 维度8：客户服务 8.1 送达客户 案例33：迪士尼乐园 8.2 个体化服务 案例34：新加坡航空公司 8.3 服务补救 案例35：丽兹·卡尔顿 维度9：客户关系 9.1 客户合作 案例36.哈雷摩托 9.2 客户社区 案例37.英国合作集团 9.3 客户口碑 案例38：新百伦 维度10：客户业绩 10.1 价值推动力 案例39：恩特普瑞斯汽车租赁公司 10.2 客户矩阵 案例40：First Direct 10.3 企业影响 案例41：GE第三部分 客户代言人 路径6：领袖……领导一场客户革命 6.1 鼓舞人心 案例42：“首席药剂师” 6.2 新型企业领袖 案例43：宝洁公司 6.3 客户代言人 案例44：Mac化妆品 路径7：文化……点燃人们心中的激情 7.1 员工管理 案例45：Pret A Manger 7.2 把员工与客户相统一 案例46：Innocent 7.3 结构、象征和故事 案例47：丰田汽车 路径8：“转变……”通往客户至上的道路 8.1 发起客户革命 案例48：雅芳 8.2 让变化发生 案例49：斯柯达 8.3 维珍的启迪附录 天才实验室 客户型企业道路图 更多“天才” 天才现场直播 天才作品 天才丛书鸣谢

<<客户天才>>

章节摘录

插图：虔诚的信徒：从基本理念到精神启蒙，信仰对人的重要性越来越大，对重塑世界政治和安全格局的影响也不容低估。

人们对于可以依靠的精神支柱、可以信奉的价值观的追求更加执着。

同性恋设计师：现在，企业解决了同性恋是否合乎道德的问题，认识到同性恋群体是个必须瞄准的明确而重要的市场。

这个市场往往更具审美意识，眼光独到，富有而时尚。

男女同性恋者身为客户正在施展影响力。

经济移民：受改善生活的想法诱惑，许多城市成为新的多种族聚居地，移民们带来新技术，也衍生出独特的文化需求。

比如在伦敦，大街上波兰商店随处可见，这些广告都是广告商用波兰语制作的。

绿色消费者：他们希望为保护地球做正确的事情，即一切消费必须吻合“绿色”理念，从有机食品到全球气候变暖、从本土的社会问题到国际人权问题，他们都很关注。

发展的南半球：南半球的人口占世界人口的半数以上，从澳大利亚到巴西、从婆罗洲到南非，南半球是未来发展的处女地。

非洲各国的科技竞相推进，南亚是全新的设计基地，而南美洲的增长速度最快。

印度企业家：印度也是个巨大而前景广阔的市场，2050年它将超越中国成为世界第一人口大国，达到17.5亿。

印度本身的特点是务实、技术性强、教育程度高而富于开拓精神。

印度人工作刻苦，科研扎实，已经成为世界各国学术和科研机构的骨干。

<<客户天才>>

编辑推荐

《客户天才:打造客户型企业的全新蓝图》:打造客户型企业的全新蓝图天才=理解力+想象力=非凡的业绩10个支柱、30种方法、50则案例,教你如何用个性化方式有效吸引、服务并留住客户“您好,我是您的客户您看待世界的方式和我一样吗?

其实很简单,只要您从我入手,一切问题迎刃而解我们可以共同努力,成就一番伟业。

您准备好了吗?

”打造客户型企业的全新蓝图现在市场由客户主宰,他们要求企业按照自己的要求从事经营。

他们期待很高而忠诚度很低。

他们感性、重视个性,他们资讯丰富、组织性很强。

他们知道自己想要什么,他们只接受最好的东西。

客户是企业的生命,他们也日益成为企业最宝贵的资产。

产品是商品化的,产能可以从外界获取,企业的竞争优势在于客户洞察及其关系。

所以企业要改变行为方式,全面地考虑问题。

出色的客户和企业战略家彼得·菲斯克为你勾勒了打造客户型企业的全新蓝图。

他用事实证明,在深刻的客户洞察基础上,制定适当的客户战略,就能够导向强大的商业主张和独特的体验,就能够吸引那些我们称为客户的“可爱的人”。

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>