

<<关系营销实战操典>>

图书基本信息

书名：<<关系营销实战操典>>

13位ISBN编号：9787806771280

10位ISBN编号：780677128X

出版时间：2002-4

出版时间：广东经济出版社

作者：熊和平

页数：186

字数：113

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>

<<关系营销实战操典>>

内容概要

本书阐述了目前企业经理和营销人员最关注的一些问题，内容包括供应链运作、物流管理、服务营销、关系营销、品牌营销、小企业经营、新产品开发定位包装和销售、客户服务与管理艺术、促销战术、营销业绩评估、业务员操作等主题。

<<关系营销实战操典>>

书籍目录

序言

1、什么是关系营销

传统的市场营销

关系营销的提出

关系营销的特点

通过关系营销赢得竞争优势

关系营销的含义

本章精要

2、确定顾客关系需要

竞争能力的评定及提升

关系运作要求

选择目标顾客

本章精要

3、市场调查

可采用的调查方法

市场调查的作业程序

本章精要

4、顾客保持与顾客忠诚

赢得目标顾客的方法

顾客忠诚的含义

保持顾客比赢得顾客更重要

管理顾客忠诚

本章精要

5、关系营销的财务评价

关系营销中的价值分析

关系营销使企业的收益增值

关系营销使企业营运成本水平降低

把关系营销看成一项投资项目

本章精要

6、关系营销与品牌

品牌的概念

品牌的三要素

品牌竞争

本章精要

7、关系营销与企业内部的关系体系

调整企业价值观

以顾客导向整合工作流程

加强企业内部的信息沟通体系

本章精要

8、关系营销的必要组织保证

调整操作程序

关系营销计划的制定

需把握几个重点环节

设计考评体系

本章精要

<<关系营销实战操典>>

9、整合营销传播

强调顾客导向

强调活动的连续性

强调战略导向性

本章精要

10、关系营销与营销数据库

营销数据库概述

数据的来源与管理

营销数据库的使用

数据保护的法律问题

本章精要

11、业务管理

业务经理的主要工作内容

决定您同顾客关系深度的几个因素

技巧与能力

对管理顾客的员工进行管理

本章精要

12、关系营销的实施方法

频繁营销

感性营销

联想集团的关系营销

IBM公司的客户关系管理系统工程CRM

本章精要

主要参考书目

后记

<<关系营销实战操典>>

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>