第一图书网, tushu007.com

<<电子化营销>>

图书基本信息

书名：<<电子化营销>>

13位ISBN编号：9787810847292

10位ISBN编号：7810847295

出版时间：2005-12

出版时间：东北财经大学出版社

作者：（英）奥科诺（O ’ Connor/J.）等/史达主

页数：308

译者：史达

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书结构合理、重点突出，在系统明确地指出电子化营销不同于网络营销的基础上，提出了以顾客关系管理和顾客数据库为核心的电子化营销的分析框架，并多次提到统计知识和分析软件在营销和营销教学中的重要性，这些很值得我们参考和借鉴。
此外，本书各章配有案例分析，问题和有特色的在线练习，非常适合我国的教学体系和习惯。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

约翰·奥科诺：总部位于都柏林的“ HotOrigin ”投资和咨询公司董事。
约翰曾为埃森哲公司的助理合伙人，擅长顾客关系管理咨询和金融咨询。

<<电子化营销>>

书籍目录

第一部分 电子化营销革命 第1章 电子化营销的产生 学习目标 本章内容 1.1 简介 1.2 信息化时代的营销 1.3 不断变化的电子化营销市场 1.4 虚拟世界中的营销 1.5 本章小结 案例分析 问题与练习 本章参考文献 第2章 电子商务的兴起 学习目标 本章内容 2.1 简介 2.2 B2B电子商务 2.3 B2B市场的增长 2.4 B2C电子商务 2.5 G2C电子政务与C2C商业模式的发展 2.6 本章小结 案例分析 问题与练习 本章参考文献 第3章 电子商务的经营模式 学习目标 本章内容 3.1 简介 3.2 网络时代的商务模式 3.3 电子商务的神话与现实 3.4 电子化营销的新模式 3.5 本章小结 案例分析 问题与练习 本章参考文献第二部分 了解顾客 第4章 开展市场调查 学习目标 本章内容 4.1 简介 4.2 市场调查的过程 4.3 数据搜集——第二手数据搜集 4.4 数据搜集——原始数据搜集 4.5 其他原始数据搜集方法 4.6 利用技术分析信息 4.7 本章小结 案例分析 问题与练习 本章参考文献 第5章 建立对顾客的认知 ……第三部分 管理顾问关系 第6章 创建顾客数据库 第7章 直销和数据库营销 第8章 关系营销和顾客关系管理系统第四部分 产品与服务的开发 第9章 将产品推出市场 第10章 电子化时代的定价策略 第11章 电子化时代的分销第五部分 把产品和服务提供给顾客 第13章 提高销售人员的效力 第14章 提供顾客服务和顾客支持 第15章 开发有效的电子化营销系统

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