

《直销圣经》

图书基本信息

书名：《直销圣经》

13位ISBN编号：9787800736780

10位ISBN编号：7800736784

出版时间：2003-4

出版社：中信出版社

作者：（美）珍妮特

页数：281

译者：王成

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《直销圣经》

内容概要

戴尔直销模式创立人最新力作，使你完全掌握迄今为止最具效力和效率的关系营销体系。《直销圣经》这本实务操作手册，并不想告诉你：什么是最好的客户和潜在客户？什么是公司应该追求的最佳目标？但是，本书提出了一个完整的综合体系：直销倍增系统，来帮助你识别并培养客户和潜在客户，建立与高盈利客户之间的钢铁同盟。

在关系营销至上的时代，那些持续增长的公司无不以盈利客户为增长基础，这些公司都能识别出他们最有价值的客户。创造出强劲的客户忠诚，并锻造出坚实的客户关系。本书的两位作者都是极具创造力的营销专家，他们创立的“直销倍增系统”在戴尔、施乐、奔驰等大型公司获得了巨大的成功。在本书中，他们将通过实际案例与我们全面分享“直销倍增系统”的体系和工具，以使您能够为自己的公司播上加速增长的种子，并一直持续下去。全书由三个部分组成，主要包括：（1）计划阶段（2）执行阶段（3）改进营销成果阶段。在书中，作者通过10个清晰界定的步骤，综合详尽地向我们展示了直销倍增系统的作用和实际操作步骤。书中展示的理念既适用于消费者，也适用于B2B（企业对企业）的营销人员，其方法不仅适用于在线的营销需求，也适用于不在线的营销需求。

书籍目录

导论了解客户的必要性：乔的加油站成切的秘密

第一部分建立价值细分

概述形成一个体系

步骤1建立公司目标

步骤2收集并储存数据

步骤3评价和分析数据

步骤4对客户进行价值细分

第二部分实施并执行阶段

步骤5获取价值的计划

步骤6组织扩展

步骤7营销执行

步骤8销售执行

第三部分评价和修正阶段

步骤9观绩效评价

步骤10闭环

择后记：一名咨询顾问的另一个视角

《直销圣经》

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:www.tushu000.com