

# 《忠诚营销：E时代的客户关系管馈》

## 图书基本信息

书名：《忠诚营销：E时代的客户关系管理》

13位ISBN编号：9787800995064

10位ISBN编号：7800995062

出版时间：2001-09

出版社：中国三峡出版社

作者：（美）辛德尔

页数：347

译者：阙澄宇/史达/刘红波

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](http://www.tushu000.com)

# 《忠诚营销：E时代的客户关系管馈》

## 内容概要

本书是为那些对管理咨询和技术术语不感兴趣的专业管理者而写的，是一本实践性很强的手册。它阐述了在全球新经济的环境中，如何利用互联网技术辨别和吸引消费者，为其提供服务并使其留在你的阵营中，从而使你更好地迎接生产过程与组织形式转变的挑战。

全书提供了具体的、易于遵循的指南，有助于你通过创建和实施有效的策略，强化电子商务环境中顾客忠诚的纽带，从而获得顾客对你的忠诚。除此之外，《忠诚营销》一书还包括一些可使你在网络革命中占据优势的各种工具。

实物清单、传递活动和行动计划

完整的词汇术语表，以帮助你阅读这本技术性较强的书籍

显现最佳实践经验的成功范例

内容详尽的“软件解决方案”，针对具体的任务指出了所应采取的具体解决办法

# 《忠诚营销：E时代的客户关系管馈》

作者简介

## 书籍目录

目录	
译者的话	
概述	
第一部分eCRM实务介绍	
第一章电子化客户关系管理的重要性	
在今天这个时代，顾客有很多选择。无论满不满意，他们都没有必要对任何公司保持忠诚，顾客对你表示满意与他们对你保持忠诚之间没有必然的联系。所以我们仅仅得到顾客的满意还远远不够。而忠诚的顾客是最能给你带来利润的，也是最值得公司管理者关注的……	
了解顾客忠诚的重要性	
顾客忠诚的经济学	
顾客忠诚的来源	
获得顾客忠诚的方法	
客户价值反馈模型	
电子商务方兴未艾	
传递超级价值	
小结	
行动计划	
参考书目	
第二章电子化客户关系管理的挑战	
竭力拓展某种类型的顾客忠诚是毫无意义的，选准正确的顾客对公司来说才是至关重要的。多花点时间去仔细辨别你的顾客，这不仅能给你带来更多的利润，而且还能减少营销成本……	
给顾客忠诚下定义	
瞄准重要的顾客	
并不是所有的顾客都一样	
测算顾客终身价值	
传统的建立顾客忠诚的方法	
建立顾客忠诚的在线能力	
小结	
行动计划	
参考书目	
第三章向网络时代转变	
任何一家企业，如果想向网络时代转变，它的每个部门、每种产品以及每种功能都必须发生相应的改变，对此你应有充分的心理准备。而且，一旦建立起新的系统，就要持之以恒地发展以保持长期的竞争优势……	
电子商务的机遇与挑战	
透视电子商务公司	
做好成功转变为电子商务公司的基础性工作	
了解电子顾客	
瞄准顾客需要和忠诚类型	
朝着顾客的期望去努力	
小结	
行动计划	
参考书目	
第二部分dCRM顾客忠诚的建立过程	
第四章留住你的电子化顾客	
所有的公司都想永远地留住其现有的顾客。	
……	



# 《忠诚营销：E时代的客户关系管馈

## 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](http://www.tushu000.com)