

# 《营销客户沟通（第二辑）》

## 图书基本信息

书名：《营销客户沟通（第二辑）》

13位ISBN编号：9787509614020

10位ISBN编号：7509614023

出版时间：2011-8

出版社：经济管理出版社

页数：294

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)

# 《营销客户沟通（第二辑）》

## 内容概要

《营销客户沟通》内容简介：艾莉森·吉斯曼和吉尔·伍德所著的这本《营销客户沟通》为"汉译管理学世界名著丛书"中的一本。全书共分十个单元，主要内容包括：购买行为、沟通过程、沟通组合、会议会见和谈判中的沟通、书面沟通方式等。

每个单元都包含下列基本内容：学习目标、提纲对照、学习指南、问题、答案、练习、解答、建议与提示、洞见、重要定义、定义、小结、深入学习。

## 书籍目录

### 第一单元 客户的重要性

- 客户为什么重要？
- 商务活动中人们为何沟通？
- 那么你的客户是？
- 一个企业的客户是？
- 内部客户
- 内部市场营销
- 改进客户沟通

### 第二单元 购买行为

- 沟通的目的
- 沟通与市场营销
- 联系客户行为与外部沟通
- 沟通目标和购买过程
- 购买过程如何与沟通相关
- 理解机构购买行为
- 参考书目

### 第三单元 沟通过程

- 沟通的目的
- 沟通链
- 沟通成功的障碍
- 避免沟通障碍
- 有效的沟通者
- 设计商业讯息
- 如何在设计讯息时使用PASS结构图

### 第四单元 沟通组合

- 沟通组合/促销组合
- 整合市场营销沟通
- 线上促销活动
- 线下促销
- 企业形象
- 品牌形象
- 标志
- 包装
- 销售现场商品展示
- 促销
- 展览
- 赞助
- 公共关系
- 直接市场营销
- 评估广告效果
- 大纲的作用

### 第五单元 信息通讯技术在客户沟通中的作用

- 与客户的沟通是如何变化的
- 电子商务的发展
- 使用信息通讯技术改善客户沟通
- 互联网
- 网站

- 电子邮件
- 内部网
- 外部网
- 电子交易
- 电子商务
- 电子市场营销
- 未来展望
- 无线通讯
- 数字技术

## 第六单元 有效沟通

- 市场营销中的沟通技巧
- 语言沟通
- 非语言沟通技巧
- 使用和解读非语言沟通
- 聆听技巧
- 使用电话
- 设计电话沟通
- 有效致电指南
- 接听电话指南
- 电学会议
- 演讲技巧

## 第七单元 会议 会见和谈判中的沟通

- 会议
- 举行会议的动因
- 会议的类型
- 安排与组织会议
- 组织正式会议
- 会议术语
- 会议文件
- 会见和谈判的作用
- 会见的目的
- 会见的类型
- 会见的计划
- 会见的过程
- 问题的类型
- 谈判

## 第八单元 使用统计数据 and 图像信息

- 为什么数据与市场营销有关？
- 解读、选择和总结信息
- 为什么要使用图像信息？
- 如何展示图像信息
- 信息失真的问题

## 第九单元 书面沟通方式

- 为什么要学习沟通方式？
- 市场营销中的书面沟通技巧
- 何时使用信件
- 商务信件的格式
- 信件的类型
- 备忘录

# 《营销客户沟通（第二辑）》

电子邮件

通知

报告

文章

## 第十单元 客户服务与客户关怀

与客户的关系

变化着的客户需要

客户重视

伦理营销

质量与客户关怀

取悦客户

关系营销

管理客户关系

改进客户互动

建立客户关怀计划

客户关怀系统为什么有时会失败

投诉

在客户服务中使用信息和通讯技术

## 附录一 考试准备指南

## 附录二 接受CIM课题和综合项目的挑战

## 附录三 答案与解答

## 附录四 课程信息和阅读书目

## 精彩短评

1、理论性好强

# 《营销客户沟通（第二辑）》

## 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)