

# 《关键价值链》

## 图书基本信息

书名：《关键价值链》

13位ISBN编号：9787300073415

10位ISBN编号：7300073417

出版时间：2006-6-1

出版社：中国人民大学出版社

作者：古普塔, 莱曼 著

页数：189

译者：王霞, 申跃

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)

# 《关键价值链》

## 内容概要

客户是公司利润与价值最重要的源泉。许多公司都在不断加大对其客户的投入。然而，公司关注更多的是企业为客户创造的价值，而对于客户为企业能带来多少价值，则重视得不够。

原因在于，一直以来，客户价值都需要大量的企业内部信息，并应用复杂的模型，才能加以衡量。因此，公司通常采用市场份额等传统指标衡量绩效，而这些指标可能会带来错误的衡量结果。

本书为读者提供了一个简捷而有效的衡量客户价值的方法。该方法不需要获得公司详细数据，就能大致准确地估算客户价值，并依次推算公司价值，帮助制定并购等战略与战术决策。

# 《关键价值链》

## 作者简介

# 《关键价值链》

## 书籍目录

第1章 客户是资产客户的重要性信念和行为之间的差距缩短差距本书的安排小结第2章 客户的价值客户终身价值创建指标体系数据要求复杂性精确的假象一种简单的方法我们的假设是否合理边际利润保留率时间维度调整和延伸利润增长提高保留率无限的时间维度小结第3章 基于客户的战略传统的营销战略对公司的价值和客户的价值客户价值的两个方面关键的营销指标传统的指标基于客户的指标传统的和基于客户的战略：案例分析客户利润率的影响因素客户获取客户边际利润客户保留小结第4章 基于客户的估价通过公司收购获取客户.....第5章 基于客户的规划第6章 基于客户的组织附录

# 《关键价值链》

## 精彩短评

- 1、一些观点值得再次回味，内容不甚深刻。
- 2、竟有如此简单的衡量方法,半信半疑. 但的确提供了另一种思路.
- 3、整本书没有一点废话
- 4、作为公司人必读之书！
- 5、这书换马甲了，叫客户终身价值了

# 《关键价值链》

## 精彩书评

1、我们总是在推崇和提倡，乃至大声的吆喝着，客户是上帝，客户是衣食父母，客户是公司利润于价值最中重要的源泉。很多公司可以以客户的名义来加大资源，申请财务支持。我们的产品也好，市场营销也好，总是想从着我们的角度来思考，我们能为客户带来什么样的价值。却很少能清晰的估算清楚，我们的客户能为自身带来多大的价值。书中提供了一个不错的简介估算客户价值的方式。有一定的参考意义。书中还很有意义的定义了一些价值，举例清晰而生动。对客户如何评估自己获得价值，一些传统的营销思路怎么来评估这些都给出了不错的思路。推荐公司战略层面相关管理者，产品营销策划决策人员，产品设计决策指导人员阅读。

# 《关键价值链》

## 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)