

<<顾客关怀>>

图书基本信息

书名：<<顾客关怀>>

13位ISBN编号：9787111112020

10位ISBN编号：7111112024

出版时间：2003-7

出版时间：机械工业出版社

作者：理查德W.布坎南

页数：318

译者：吴溪

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>

## <<顾客关怀>>

### 内容概要

《顾客关怀：清除市场营销中的障碍》提出了一个易于实施的、分步式的系统，强调了所有组织运作的  
关键领域，并从实战的立场出发，解释了组织如何改善其市场营销，如何终结那些毁灭客户服务、  
公司，以及如何保住自己饭碗等行为的理念及方法。

因此，不论你是管理人员还是高层总监，或者只是普通的员工，只要你在为“客户流失”而担心，那  
么，千万不要错过了本书——要知道，你的竞争对手可不会！

## <<顾客关怀>>

### 作者简介

理查德W.布坎南博士，是麦锡大学的首位市场营销教育学教授。他曾在美国最好的商学院之一完成了自己的3个学位，同时，他还在其他4所美国大学任教。他拥有为数众多的客户，其中包括：通用汽车公司、AMP人身保险公司、美孚石油公司、惠普公司、西太平洋银行等等。  
布坎南博士在麦

## <<顾客关怀>>

### 书籍目录

前言第一部分 转变我们对客户毫不在意在文化氛围 第一章 有碍于公司、客户服务和我们工作的敌人  
第二章 自一开始便误入歧途的——人性论 第三章 自毁行为如何在雇员中发生 第四章 自毁行为如何在  
管理层中发生 第五章 自毁行为如何在“非市场营销人员”中发生第二部分 为市场营销正名 第六章 自  
毁行为如何通过“市场营销人员”而促成 第七章 旧模式的转变 第八章 障碍是后现代主义组织的基本  
构建基石 第九章 后现代主义市场营销的威力第三部分 清除自我毁灭性的市场营销障碍 第十章 障碍、  
干扰和组织 第十一章 后现代主义的市场营销与主流的市场营销的融合 第十二章 市场营销让事情变得  
容易 第十三章 基于障碍的行动方案 第十四章 员工得以生存与成功的行动步骤 第十五章 充满信心地、  
有代价地关注客户服务作者简介译者后记

<<顾客关怀>>

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>