

<<洞察你的顾客>>

图书基本信息

书名：<<洞察你的顾客>>

13位ISBN编号：9787111132134

10位ISBN编号：7111132130

出版时间：2004-1

出版时间：机械工业出版社

作者：伍德拉夫

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>

<<洞察你的顾客>>

内容概要

洞察你的顾客，ISBN：9787111132134，作者：（美）罗伯特B.伍德拉夫（Robert B. Woodruff），（美）萨拉·费雪·加蒂尔（Sarah Fisher Gardial）著；董大海，权小妍译；董大海译

<<洞察你的顾客>>

作者简介

罗伯特B.伍德拉夫，田纳西大学营销学教授，工商管理学院营销、物流与运输系主任。研究领域主要涉及顾客价值和满意理论、市场机遇分析以及基于顾客价值的营销战略决策。曾多次获得了杰出教育奖和杰出研究奖。他还在很多专业协会中兼职，最值得一提的是他是《市场营角杂志》、《营销学协会》和《市场营销战略》三本营销界顶尖期刊的编委会委员，曾两次荣获《营销科学协会》授予的杰出评阅人奖。

<<洞察你的顾客>>

书籍目录

丛书序 中文版序 前言 第一部分 通过探察顾客获取竞争优势 第1章 通过顾客价值获取竞争优势 引言 顾客价值交付战略 顾客价值确定流程 本章小结 参考文献 术语表 第2章 市场机会分析过程中的顾客价值 引言 市场机会分析 (MOA) 方法 在MOA中为“顾客价值确定”(CVD)定位 组织中的MOA管理 本章小结 参考文献 第二部分 探察顾客价值和满意 第3章 顾客价值的新视角 引言 定义顾客价值 顾客价值层次 本章小结 参考文献 第4章 将顾客价值与顾客满意相联系 引言 顾客满意的界定 顾客价值和顾客满意的关系 本章小结 参考文献 第5章 通过CVD洞察你的顾客 引言 CVD流程 管理CVD流程 本章小结 参考文献 第6章 如何利用CVD改进企业经营决策 引言 将CVD与价值交付相联系 顾客价值导向需要自上而下的支持 利用顾客价值数据引导战略决策 应用顾客价值数据取得部门间协作 使CVD数据发挥最大效用 本章小结 参考文献 第三部分 CVD技术 第7章 测量顾客价值 引言 定性测量和定量测量 谁为执行研究 访问谁：识别顾客样本 权衡各种定性研究方法的利弊 搜集定性顾客数据的一般性问题 本章小结 参考文献 第8章 分析顾客价值数据 第9章 测量顾客满意 第10章 分析顾客满意数据 第11章 预测顾客价值变化 附录A 编码过程 附录B 识别具有战略重要性的顾客价值维度 附录C 顾客价值变化预测技术 译者的话

<<洞察你的顾客>>

媒体关注与评论

书评什么是顾客价值？

顾客价值与竞争优势究竟是怎样的关系？

如何识别或探查顾客价值？

怎样通过顾客价值信息与知识来构建竞争战略？

这些问题在20世纪90年代以后受到学术界和企业界的格外关注，逐而形成了顾客价值研究与实战的热潮。

本套丛书精选了目前国外最畅销的顾客价值著述，从不同角度系统地、深入地回答了上述问题，全面地向中国读者展现了国外在顾客价值研究与实践方面的丰富成果和最新进展。

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>