

<<赢得顾客的五个步骤>>

图书基本信息

书名：<<赢得顾客的五个步骤>>

13位ISBN编号：9787113070113

10位ISBN编号：7113070116

出版时间：2006-4

出版时间：中国铁道

作者：尹传高

页数：194

字数：173000

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>

<<赢得顾客的五个步骤>>

内容概要

如何让培训能举一反三？

如何在培训后马上行动？

如何把现象转移为规律？

如何让理性也变得轻松？

本书对此都有切实可行的见解，并能为读者解决这样的问题：——创业者如何做到客户定位；——经营者如何找到真正属于自己的顾客；——营销人员如何对营销形成本质性的认识。

作者梳理出大量的知识和方法，打破企业市场营销的增长瓶颈，消除了营销体系的结构滞涨，帮助企业寻找营销变革的战略动态平衡。

<<赢得顾客的五个步骤>>

作者简介

尹传高，深圳下马威管理顾问有限公司（www.xiamawei.net）董事长，中国能力战略研究中心首席研究员。

在战略，企业文化，营销变革等方面有重大的原创性的贡献，以专业性的咨询和培训见长。已经出版管理财经图书有：《中国企业战略路线图》、《破局》、《布局》、《无限

<<赢得顾客的五个步骤>>

书籍目录

总论：所有营销决策技术的最终目标是销量 突破——关于案例、问题和答案 案例1：华帝渠道优化4步曲 附录：关于华帝的“星光工程” 案例2：联想顾客管理4步曲 销量突破中所遇到的问题 销量突破的技术分析模型 结论第一步：点石成金——发现顾客的三大技术 第一项技术：通用技术——财富模型 第二项技术：店面技术——漏斗模型 第三项技术：非店面技术的三大法宝 第二步：以变应变——营销变革管理的五大技术 第一项技术：洞察趋势，发现规则 第二项技术：巧妙竞争，创新价值 第三项技术：有效领导，体现价值 第四项技术：整合资源，优化系统 第五项技术：战略导向，系统突破第三步：以点带面——取胜区域市场的七大技术 技术之一：战力落地 技术之二：计划分解 技术之三：有效调研 技术之四：渠道梳理 技术之五：构造组织 技术之六：市场开发 技术之七：团队修炼第四步：系统作业——服务营销的两大核心技术 核心技术之一：服务差距模型 核心技术之二：服务的三角形模型 第五步：边界突破——品牌管理的六大技术 引子：柯达品牌四人谈 品牌管理的技述之一：品牌的边界理论 品牌管理的技术之二：品牌定位的模式 品牌管理技术之三：品牌差异化模型 品牌管理技术之四：品牌系统 品牌管理技术之五：品牌细分 品牌管理技术之六：品牌传播

<<赢得顾客的五个步骤>>

章节摘录

案例2：麦当劳的“好人好事” 北京的麦当劳有一项举措：就是在所属57家麦当劳餐厅内代售公交月票。

麦当劳在对北京发售月票网点的调查后知晓，北京有600多万人使用月票乘公交车，而发售月票的网点只有88处，乘客深感不便。

于是他们便“拾遗补缺”，代售月票，为广大乘客创造便利条件。

此举一推出就吸引了大批食客络绎不绝。

其实，这种“好人好事”麦当劳做了不少并且一直在做。

早在2004年高考前夕，在麦当劳宽敞明亮的餐厅里就坐着不少手拿书本只要一杯饮料就呆上好几个小时的考生，面对此景，麦当劳不但未赶他们走，反而特意为这些学子延长了营业时间。

一提起麦当劳，人们就会想到汉堡包、炸薯条。

熟悉它的人，还会联想到遍布全球115个国家的2.5万多家连锁店，联想到地球上每天都有1%的人正在品尝着一模一样的汉堡包、炸薯条和苹果派。

然而，此时此刻，有谁会想到，拥有如此高知名度和雄厚“家底”的餐饮业“巨无霸”却要无偿地为学子学习延长营业时间，为普通公众代售公交月票。

麦当劳的做法不能不让人由衷地感叹赞赏，其实这正是麦当劳与众不同的高明之处。

在别人看来，拒之惟恐不及，麦当劳却视为己任，这就是一个跨国企业在中国“讲述”的一系列平凡而可贵的经典商业故事。

在这种独创思维支配下采取的营销举措，无疑给我们留下了极为深刻的现实启示。

功夫在诗外 现代企业公关的“金律”，从来没有发生过丝毫动摇，即“让公众满意，赢得公众支持”。

处于复杂社会关系之中的企业，要想提高美誉度、赢得良好的口碑，必须与外界建立和谐的关系，尤其是面对形形色色的消费者。

在某种程度上，消费者的态度决定了企业的兴衰。

消费者除了购买产品，也购买了企业的服务，消费者对产品和服务越满意，购买率就越高，企业就会兴旺发达。

反之，企业就会衰退。

.....

<<赢得顾客的五个步骤>>

媒体关注与评论

书评华帝学院认为，在大量的培训方法中，尹传高的培养具有很强的专业性和咨询的价值，对企业的帮助是很明显的。

——华帝股份总裁 黄启均 用系统的方法和工具来带动中国企业的培训市场是一个必然的方向，该书的技术成果正反映了这样的一种趋势，这说明中国培训市场正逐渐走向成熟。

——科特勒营销策划副总经理 吴洪刚 格兰仕需要的是一种具有规律性的咨询培训，能够解决一些企业现实的一个问题，本书的出版将会给更多的企业带来实质性的价值。

——格兰仕事业本部总经理龚志安 现在的培训都是以实操性为主的，已经不能为企业带来实质性的改变，该书将现代的培训操作性的模式转化为对规律性的研究和理解，将为企业的培训带来革命性的影响。

——东方人培训中心总经理 陈东

<<赢得顾客的五个步骤>>

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>