

<<体验营销>>

图书基本信息

书名：<<体验营销>>

13位ISBN编号：9787302077831

10位ISBN编号：7302077835

出版时间：2004-4

出版时间：清华大学出版社

作者：Bernd h.schmitt

译者：刘银娜,高靖,梁丽娟

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>

## <<体验营销>>

### 书籍目录

#### 第I部分 体验营销革命

第1章 从特色和益处到顾客体验

第2章 体验营销的幅度和范围

第3章 顾客体验管理框架

#### 第II部分 体验的类型

第4章 感官营销

第5章 情感营销

第6章 思考营销

第7章 行动营销

第8章 关联营销

#### 第III部分 结构、战略和组织问题

第9章 混合式体验与全面体验

第10章 体验营销的战略问题

第11章 打造体验导向型组织

结语

注释

参考书目

#### 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>