

<<市场调查宝典>>

图书基本信息

书名：<<市场调查宝典>>

13位ISBN编号：9787313040848

10位ISBN编号：7313040849

出版时间：2005-8

出版时间：上海交通大学出版社

作者：斯通,

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>

<<市场调查宝典>>

内容概要

本书不仅仅对市场调查者和营销者所关注的传统领域进行了广泛讨论，如谁是顾客，顾客在哪里，他们有什么样的行为，他们购买什么，准备购买什么等。

同时，本书还对影响消费行为的思想、感觉、目的和策略进行了深入的探索。

《市场调查宝典——客户真识》介绍了许多最新的模型、工具和调查发现，可以帮助市场调查者丰富数据库营销和客户关系管理方面的知识，并告诉他们如何将这些知识应用于市场调查的活动之中。

本书还解释了公司如何通过正确管理和使用客户数据来获得客户真识。

读完本书，读者将了解客户管理的真实面目，了解需要使用什么样的信息以及如何整理信息来支持客户管理。

作者简介

墨林·斯通，教授，是IBM商业咨询服务公司工商调查部主任，为IBM的用户、伙伴和有关大学提供商业调查、咨询和营销服务。

他主管IBM营销革新集团，一个由用户、营销公司、咨询公司和业务伙伴组成的、旨在关注营销变革的网络。

他还担任QCi有限公司董事。

墨林是布里斯托尔商学院（Bristol Business School）IBM关系营销教席的教授。

在营销和客户服务方面，他已经发表多篇论文和25本著作，包括《接近与个性：CRM在行动》、《客户关系营销》、《成功的客户关系营销》、《金融服务中的CRM》、《客户管理记分卡》和《直接营销和交互营销的权威指导》。

他是“直接营销协会”创始会员之一，是“特许市场营销协会”的特别会员。

书籍目录

丛书编辑委员会本书其他作者前言谢辞 1 引言 概述 客户真识的专业领域 客户真识管理 客户与顾客 让顾客和干系人满意 真识和知识管理 客户真识与营销变革 本书结构 2 什么是数据库营销 概述 直接管理顾客的渠道 数据库营销如何运作 计划数据库营销活动 客户数据库的应用 客户数据库及其作用 如何使用数据库 数据库营销快速发展的原因 数据库营销的优势 数据库的运作 数据质量和维护 数据的合并与剔除 3 数据库的使用 4 客户维护和数据库营销：客户真识 5 客户关系管理 6 客户真识和市场调查 7 通过分析客户数据获取客户真识 8 运用客户真识开发和保持顾客 9 客户真识共享 10 隐私、风险、好顾客与差顾客 11 客户真识系统 12 客户真识的组织与管理 附录

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>