

<<精确行动：聚焦客户的营销转型>>

图书基本信息

书名：<<精确行动：聚焦客户的营销转型>>

13位ISBN编号：9787500438601

10位ISBN编号：7500438605

出版时间：2003-08

出版时间：中国社会科学出版社

作者：宝利嘉

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>

## <<精确行动：聚焦客户的营销转型>>

### 内容概要

进入新世纪以来，粗放的营销模式开始被客户所厌弃，以企业为出发点的4Ps，先被4Cs，进而被完全以客户为中心的4Rs所取代。

再加之商业竞争的日益激烈和信息技术的突破性进展，营销界正在爆发一场意义深远的革命，无论是营销理论还是实践都面临着一种结构化的转型：从传统的、大众的和粗糙的方法跃变到深度化、细分化和精确化的模式。

从现在开始，客户不再是抽象意义上的产品和服务消费者，而是一个个特征鲜明的个体。

对企业和经营者而言，只有精确地掌握客户特点和需求，并高效地设计和执行精确行动策略才能在竞争环境中生存。

一言以蔽之，聚焦客户的精确行动，将成为转型后的营销新法则。

本书为中国企业提供了一套行之有效的精确行动理念和方法，并融合了大量翔实的案例和前沿观点，读来一定会让你受益匪浅，不断创造新的营销奇迹！

<<精确行动：聚焦客户的营销转型>>

作者简介

宝利嘉顾问：作为《宝利嘉文库》的编撰者，始终扎根于中国市场，多年来致力于本土化管理类知识产品的研发和运营，具有深厚的顾问及培训经验，同时在经管类图书的出版上也成就斐然。团队在宝利嘉顾问公司首席顾问杨东龙先生的指导和统率下，本着专业化、前瞻性、实用性的原则，正在开创一条中西结合的管理之路。

## <<精确行动：聚焦客户的营销转型>>

### 书籍目录

- 总序 赢向新千年的营销转型
- 前言 精确行动：竞争力的新起点
- 第1章 客户时代的新规划
  - 一、神奇的营销魔方(3)
  - 二、客户关系的复兴(7)
  - 案例：联想(Lenovo)的客户关系策略(14)
  - 三、技术驱动的革命(16)
  - 四、客户：市场竞争的终极因素(22)
  - 教你几招：留住客户的五大秘诀(25)
  - 案例：HP的客户中心战略(27)
  - 五、精确化：营销的新规范(28)
- 第2章 精确革命与行动纲领
  - 一、聚焦客户：从4Ps到4Rs的演进(36)
  - 二、精确行动的核心思想(43)
  - 三、“一对一”：精确行动的内核(49)
  - 四、CRM：精确行动的解决方案(57)
- 第3章 精确行动的技术体系
  - 一、技术：让精确成为可能(65)
  - 二、呼叫中心实现互动沟通(68)
  - 三、数据挖掘：信息向知识的转化(73)
  - 四、商业智能与营销自动化(77)
  - 五、电子商务：构筑全新商务平台(82)
- 第4章 构建数据库：精确行动的首要环节
  - 一、数据库在行动(91)
  - 二、高价值的数据库源于高品质的数据(98)
  - 三、给客户数据找个好归宿(101)
  - 教你几招：客户数据库管理过程(106)
  - 四、从数据到知识的锐变(108)
  - 五、数据库与客户隐私(113)
- 第5章 细分客户：精确到个体
  - 一、细分：瞄准正确的客户(119)
  - 二、全方位的客户观测(122)
  - 三、VALS模型和AIO模型(129)
  - 四、精确营销需要精确细分(137)
- 第6章 准确识别客户价值
  - 一、别让客户坑害你(151)
  - 警示录：失败的五种途径(157)
  - 二、深度分析确定客户特征(158)
  - 案例：特别关注重点客户(164)
  - 三、获取客户的终生价值(165)
  - 四、客户流失的辩证分析(171)
- 第7章 多方设法锁定客户
  - 一、直接营销卷土重来(179)
  - 二、呼叫中心改善沟通和关系(184)
  - 案例：用呼叫中心来呵护生命(191)

<<精确行动：聚焦客户的营销转型>>

三、利用互联网展开精确营销(192)

案例：雅虎的网络广告(194)

教你几招:全新的数字化体验(204)

四、创建数字品牌(205)

第8章 提供个性化价值

一、个性化，否则死亡(213)

二、定制：个性化价值设计(217)

案例：个性化服务提升客户价值(222)

三、电子分销：注入个性化气息(223)

商务备忘：中介的消亡(232)

四、运用网站构筑个性化购物空间(233)

案例：戴尔公司的商业模式(242)

第9章 建立忠诚型客户关系

一、客户忠诚的财务价值(253)

二、客户忠诚的形成机制(262)

三、忠诚阶梯与忠诚方案(270)

教你几招：测量客户保留率(279)

四、差别化：获取客户忠诚的策略(281)

教你几招：在线忠诚战略(285)

第10章 CRM战略：精确行动的助推器

一、建立未来的商业壁垒(289)

二、CRM行动手册(295)

三、实施CRM的关键成功因素(306)

四、跨越ROI的鸿沟(312)

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>