

<<客户为什么会回来>>

图书基本信息

书名：<<客户为什么会回来>>

13位ISBN编号：9787500455561

10位ISBN编号：7500455569

出版时间：2007-6

出版时间：中国社会科学出版社

作者：曼齐·R.劳费尔

页数：258

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>

<<客户为什么会回来>>

内容概要

《客户为什么会回来》不是一本研究广告词、标语或促销的书。它谈的是发现并让你的客户反复购买……并告诉世人，为什么每个人都会反复买你的东西的具体行为！

直到客户第二次、第三次或第四次买你的东西时，你真正地获得利润。所以，知道怎样留住客户，远比寻求新客户更重要、更有利可图。即使回头业务的增长看上去微不足道，只有5%，但是，利润增长的幅度却相当大，甚至达到60%。

《客户为什么会回来》一书的忠告是基于客户的实际购买习惯。书中介绍的、需要遵守的五项原则并不是脑外科手术，而是使商界人士、企业家、公司领导和一线员工现在就能理解、领会并执行的原则。

<<客户为什么会回来>>

作者简介

曼齐·R.劳费尔，25年来始终致力于客户的消费习惯和忠诚度研究。虽然他没有发明五项特色的原则，但是，他通过数百次采访消费者、实业巨头和企业领导，发现了五项原则。

劳费尔在全美做咨询、演讲和专题研讨工作。他现在担任忠诚度公司总裁。

<<客户为什么会回来>>

书籍目录

绪论第一章 为什么需要客户忠诚度？

查克·E.奇斯 (Chuck E.Cheese) 明白回头客 的价值 客户忠诚度不是一种看法 所有的利润都来自忠诚的客户 做业务容易 口头市场 不要大声地劝说 我们怎样学 忠诚度创造财富 目的地与旅行 管理 忠诚度是旅行, 而不是目的地 微观管理第二章 客户忠诚度的故事 忠诚度不是形势的 客户 客户是谁？

每家企业都能获得利润 客户关系管理第三章 人与人做业务 人们只做他们想做的事 回应使人感到重要 建立于喜欢人的公司 朗加伯格的忠诚度步步提高 KUHL 我们的情绪控制我们的倾听

告诉我你认识我第四章 差异性 每次买卖都有竞争 商业上的差异 质量是商品 独特性 你可能花太多钱了 你同谁做业务？

客户在买你.....第五章 价值和保证第六章 有效的交流第七章 关注第八章 我们应该怎样做第九章 授权与成就结束语参考文献作者简介

<<客户为什么会回来>>

媒体关注与评论

劳费尔写了一本极好的书。

同客户打交道的人应该好好地读一读。

真是一部杰作 —— 罗杰·道森，《有效谈判秘诀》的作者 回头业务是所有业务中最好和最有利可图的！

这本书告诉你怎样建立终身客户，这是企业成功的关键。

——布赖恩·特雷西，《目标》的作者 这本书是为对建立终身客户感兴趣人而写的。

它概括地为你介绍了建立终身客户必须需要知道和需要做的事。

——马克·勒布兰克，《壮大你的企业》的作者

<<客户为什么会回来>>

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>