

<<体验>>

图书基本信息

## <<体验>>

### 内容概要

《体验》一书提醒我们，顾客购买的是体验与价值，而不仅仅是产品。

给予顾客超出他们预期的价值是通向成功的不二法门，对于了解这一点的人来说，《体验》是一本必读书。

拉萨利和布里顿已经抓住了在商业领域获得成功的精髓。

对于消费者而言，拥有一辆哈雷摩托，并不仅仅是拥有一辆摩托，它意味着超脱了日常生活的束缚；苹果电脑不仅仅意味着运算，它能帮助人们轻松开发前沿的未知领域。

顾客们购买的并不是纯粹的产品和服务，而是自由、冒险和健康，这些无形的体验能够引领产品和服务提升到卓尔不群，甚至是价值无限的层次。

## 作者简介

特里·A·布里顿，在服务业工作了20余年，擅长于识别消费者的需求，解决消费者关心的问题。他任dcVAST公司副总裁的11年间，使这家从事IT服务和咨询的公司的业务每年保持37%的增长率，利润超过了以前年度的平均值。

特里是公认的有超前思想的人，他还著有《以网络为核心的21世纪》一书。

书籍目录

前言致谢第一部分：价值与体验 第一章 以国易马——价值制胜 价值的本质 价值观与完整的人 价值模型 聚焦的本能 演进 第一章内容概要 第二章 是香蕉亦非香蕉——体验价值 体验的内涵 个性化的接触 体验的外部情境 体验过程中的细节 价值体验 成本与收益 第二章内容概要 第三章 踏上体验之旅——体验参与流程 第一阶段——发现 第二阶段——评价 第三阶段——获得 第四阶段——整合 第五阶段——拓展 全过程回顾 第三章内容概要第二部分 通过体验创造价值 第四章 深入洞察——产品组成 物理属性 通过服务创造价值体验 亲我，知我 你所经营的公司 第四章内容概要 第五章 对你同样也有好处吗？——服务组成 帮助我 为我服务 修复我 给我更多 第五章内容概要 第六章 情境——环境因素 世界毕竟是小的 宏观情境 网络因素 让情境更加舒适 第六章内容概要 第七章 礼物——来自顾客的爱的奉献 利用顾客信息创造价值 理解的魅力 一串最亮的灯泡

<<体验>>

#### 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>