

<<营销客户管理>>

图书基本信息

书名：<<营销客户管理>>

13位ISBN编号：9787802071209

10位ISBN编号：7802071208

出版时间：2005-4

出版时间：经济管理出版社

作者：[英]罗斯玛丽·菲普斯克雷格·西蒙斯

页数：491

译者：张毓敏

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>

## <<营销客户管理>>

### 内容概要

这本教程被分成了几个单元，每个单元包含下列标准元素中的一个选择：\*学习目标 告诉你将要学习大纲中的哪一部分以及读完这个单元以后，你应该知道什么。

\*学习指导告诉你这个单元有多长以及它的实践部分需要花多长时间去做。

\*问题是专门为你训练设计的——它们和你将要在考试中见到的题目是相似的。

\*答案（在书的最后）为你回答考试题目提供一个建议的模式，但是请记住，不存在完全公式化的答案——你只能把这些例子仅仅作为指导。

\*活动 给你一个把你所学的东西应用到实践中的机会。

\*任务报告（在书的最后）清楚说明各个活动所用到的方法。

\*考试提示 是来自于高级主考官和一般主考官的一些提示与建议，目的是为了帮助你避免犯以前的考试者所犯的常见的错误。

\*学习提示给出提高你的知识基础的指导。

\*洞察力鼓励你通过参考现实生活中的经历来理顺你已经获得的理论知识。

\*定义 对你要通过考试所必需知道的一些词做出解释。

\*总结 覆盖了你通过学习本单元应该了解的东西。

你可以在本书中发现大纲中提到的每一部分内容，但是你可能会发现这些主题的顺序已经发生了改变。这是因为把一些特定的主题放在一起会让你学习起来更有感觉，即使它们可能单独出现在大纲的不同部分。

如果你对本书进行了学习并完成了应该完成的活动，那么你就能很好地掌握大纲中的内容，但是不要忘记，同时也应该阅读一些商业新闻。

作者简介

作者：（英国）罗斯玛丽·菲普斯（英国）克雷格·西蒙斯 译者：张毓敏

<<营销客户管理>>

书籍目录

第一单元 促进变化的宏观和微观环境因素第二单元 产生顾客关注行为的策略和方法第三单元 能够提高业绩的其他技术第四单元 关系营销第五单元 革新和持续提升的文化第六单元 其他获取顾客关注的运营方面的因素第七单元 个人、团体和组织作为顾客第八单元 模型化顾客行为、态度和行为第九单元 市场分割 - - 为获得竞争优势来对顾客进行分类第十单元 进行市场调查的最基本原则第十一单元 调查顾客行为的量化和非量化的方法第十二单元 顾客行为、期望和电子商务的趋势介绍附录一附录二附录三课程信息和阅读文献大纲阅读文献

编辑推荐

这本教程被分成了几个单元，每个单元包含下列标准元素中的一个选择：\*学习目标 告诉你将要学习大纲中的哪一部分以及读完这个单元以后，你应该知道什么。

\*学习指导告诉你这个单元有多长以及它的实践部分需要花多长时间去做。

\*问题是专门为你训练设计的——它们和你将要在考试中见到的题目是相似的。

\*答案(在书的最后)为你回答考试题目提供一个建议的模式，但是请记住，不存在完全公式化的答案——你只能把这些例子仅仅作为指导。

\*活动 给你一个把你所学的东西应用到实践中的机会。

\*任务报告(在书的最后)清楚说明各个活动所用到的方法。

\*考试提示 是来自于高级主考官和一般主考官的一些提示与建议，目的是为了帮助你避免犯以前的考试者所犯的常见的错误。

\*学习提示给出提高你的知识基础的指导。

\*洞察力鼓励你通过参考现实生活中的经历来理顺你已经获得的理论知识。

\*定义 对你要通过考试所必需知道的一些词做出解释。

\*总结 覆盖了你通过学习本单元应该了解的东西。

你可以在本书中发现大纲中提到的每一部分内容，但是你可能会发现这些主题的顺序已经发生了改变。

这是因为把一些特定的主题放在一起会让你学习起来更有感觉，即使它们可能单独出现在大纲的不同部分。

如果你对本书进行了学习并完成了应该完成的活动，那么你就能很好地掌握大纲中的内容，但是不要忘记，同时也应该阅读一些商业新闻。

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>