

<<客户增长点>>

图书基本信息

书名：<<客户增长点>>

13位ISBN编号：9787802072572

10位ISBN编号：7802072573

出版时间：2005-7

出版时间：经济管理

作者：理查德·怀特利

页数：338

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>

## <<客户增长点>>

### 内容概要

理查德·怀特利和戴安娜·汉森通过本书揭示了今天成功的公司如何才能实现爆炸式的成长。以几十个公司的实际案例为基础，理查德·怀特利和戴安娜·汉森定义了五个成功培育竞争优势的营销战略——即便是在最恶劣的环境下也不例外。

这是一本优秀的、十分值得阅读的书籍。

这也是今天全球化企业环境下的一种无文化之宝。

这本书为那些需要快速成长的公司提供了重要的战略。

理查德·怀特利和戴安娜·汉森为了做到以顾客为导向，设法从讲故事转向展示管理者和公司如何在市场上有所不同。

这对于那些想做到以顾客为中心的公司来说是一本可读的参考书。

《客户增长点——五个成功培育竞争优势的营销战略》是一本发人深省的书籍。

理查德·怀特利和戴安娜·汉森列示了企业在竞争异常激烈的环境下获胜的秘诀。

如何今天的管理者心中没有顾客，就不会获胜。

本书提供和推荐了一些重要的信息。

## <<客户增长点>>

### 作者简介

理查德·怀特利，哈佛商学院工商管理硕士，其著作《顾客驱动型公司》曾被《财富》杂志评为当年的畅销书之一，是论坛公司的副总裁和创始人。

戴安娜·汉森，哈佛商学院工商管理硕士，现任论坛公司执行副总裁。

## &lt;&lt;客户增长点&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 迎接挑战：将反抗行动转化为以顾客为中心的增长 /1以顾客为中心的复活 /3以顾客为中心变成一种反射动作 /5改革如何带来成长? /6逆转向下的螺旋 /7五大创新战略 /12管理差异性和成长 /19第二章 关注经营重点 /21傅氏音乐中心寻找目标市场 /23重新构思企业实现价值增值 /27追求卓越 /29采取正确的行动寻找正确答案 /30步骤一：认清哪些人是你真真正需要服务的顾客 /32步骤二：认清目标顾客最看重的方面 /36步骤三：找出明确的经营重点 /39步骤四：创造组织员工对经营重点认可和一致赞同的氛围 /53经营重点成为公司最大的敌人 /57行动纲领 /60第三章 关注传达顾客的心声 /63在现实世界中倾听顾客的心声 /64传达顾客意见的重要步骤 /70步骤一：制定一套倾听顾客意见的策略 /71步骤二：收集、组织和展示顾客资料 /91步骤三：制作动态业务记分卡 /103步骤四：通过顾客的意见驱动团队与个人的行为 /107结语：误用顾客的意见 /118避免听不到顾客声音的错误 /121行动指南 /123第四章 关注团队合作 /125合作发生裂痕 /127全面合作的七大支柱 /132合作的力量胜过计算机的力量 /167行动指南 /168第五章 将顾客满意转化为顾客热情 /171顾客服务的狂欢活动 /1723M公司以顾客为导向的营销管理 /176如何在与顾客互动的界面建立竞争优势 /179步骤一：判断顾客希望如何与你们进行互动 /181步骤二：领导层承诺采取一套独特的互动流程 /185步骤三：实行一套高附加值、有特色、贯彻始终的顾客互动流程 /190结语：推销手段的演进过程 /213行动指南 /217第六章 从命令型领导转变为接触型领导 /219领导是一项与员工进行接触的活动 /22121世纪的新型领导者 /224领导者能够做些什么 /225接触型领导的四个要素 /226如何领导组织进行成功的转型 /231结语：企业文化的真相 /251行动指南 /259结语：适当放松 /261将幽默作为一种生活方式 /262具有一定的前瞻性 /266本书工具箱 /271工具一：顾客资料分析 /274工具二：价值链 /275工具三：竞争优势 / 劣势调查 /276工具四：顾客关系评分矩阵 /278工具五：资源评分矩阵及资源行动计划 /281工具六：你的影响技能如何? /286工具七：顾客价值导向结构图 /295工具八：关系目标分析 /298工具九：地区和重要客户评分矩阵 /301工具十：竞争力评分矩阵 /303工具十一：竞争性的客户战略标准 /305工具十二：你与顾客互动的技能如何? /306工具十三：顾客互动培训指南 /310工具十四：你的领导技能如何? /314工具十五：个人发展计划 /323注释 /327后记 /335

## <<客户增长点>>

### 媒体关注与评论

“这是一本优秀的，十分值得阅读的书籍。

这也是今天全球化企业环境下的一种无价之宝。

“——MARRIOTT公司首席执行官 J.W.Marriott “这本书为那些需要快速成长的公司提供了重要的战略。

”——Steven Covey博士 “理查德·怀特利和戴安娜·汉森为了做到以顾客为导向，设法从讲故事转向展示管理者和公司如何在市场上有所不同。

这对于那些想做到以顾客为中心的公司来说是一本可读的参考书。

”——哈佛商学院企业管理教授Leorlard A, Schlesinger, George F Baker “《客户增长点——五个成功培育竞争优势的营销战略》是一本发人深省的书籍。

理查德·怀特利和戴安娜·汉森列示了企业在竞争异常激烈的环境下获胜的秘诀。

”——通用汽车公司北美运营部总裁Richard Wagoner “如果今天的管理者心中没有顾客，就不会获胜。

本书提供和推荐了一些重要的信息。

”——英国航空公司董事长Colin Marshall先生

## <<客户增长点>>

### 编辑推荐

作者通过本书揭示了今天成功的公司如何才能实现爆炸式的成长，以几十个公司的实际案例作为基础，定义了五个成功培育竞争优势的营销战略——即便是在最恶劣的环境下也不例外。本书是企业在竞争异常激烈的环境下获胜的秘诀。

<<客户增长点>>

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>