

<<全面客户体验>>

图书基本信息

书名：<<全面客户体验>>

13位ISBN编号：9787806773611

10位ISBN编号：7806773614

出版时间：2003-1

出版时间：广东经济出版社

作者：王成著

页数：248

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>

<<全面客户体验>>

内容概要

《全面客户体验：持续盈利的增长引擎》摆脱传统营销思想的束缚，理念创新、内容创新。理论、图表、案例相结合，编写形式灵活多样。以实用性为准绳，以可读性为导向。

<<全面客户体验>>

作者简介

千成威智（中国）公司执行董事、高级咨询顾问，北京商学院管理学硕士。
曾为IBM、SISMENS、联想集团、科龙集团、_中国纺机、京城控股、欧典集团等企业提供许询和培训服务，同时兼任多家民营企业外部专家董串，在企业战略、集团治理、人力资源和全面预算管理等方面有丰富的实践和咨询经验。
曾和欧典集团总裁门培金先生共同主编《现代企业内控精要》丛书，译著《无重最财富》、《对话》等。

<<全面客户体验>>

书籍目录

- 前言 荒谬的真理——代本书概览
- 第1章 什么是全面客户体验
- 第2章 转型为全面解决方案供应商
- 第3章 追求高价值客户
- 第4章 选择高价值的细分客户组群
- 第5章 战略性把握客户偏好的分布
- 第6章 价值营销的最佳实践
- 第7章 确立富有竞争力的价值组合
- 第8章 360度“全接触”
- 第9章 优化企业流程
- 第10章 运用业绩评价推动全面客户体验
- 第11章 架构全员营销体系
- 参考书目
- 后记

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>