

<<体悟管理>>

图书基本信息

书名：<<体悟管理>>

13位ISBN编号：9787030352453

10位ISBN编号：7030352459

出版时间：2012-8

出版时间：科学出版社

作者：於军

页数：219

字数：276000

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>

## <<体悟管理>>

### 内容概要

作者通过哲学与心理学理论视角的对接，结合访谈调查、参与者观察和二手资料印证等方法，深入浅出地阐述了“体悟管理”的理论、方法与应用。

同时，归纳出顾客直接体验和反思体验的15种价值源，阐明了领悟内容是自我一致性、自我区别性和高状态自尊，探索出顾客自我满意产生的92种原因，构建了双重体验-双重满意-顾客忠诚的理论框架，设计了一个理想的W形顾客体悟管理走廊图，概括出9种体验管理方法和4种领悟管理方法方法，提出“工厂营销”的概念，指出“体悟力”是组织核心竞争力的本质。

《体悟管理：赢得顾客忠诚的管理艺术》以原创性、思想性、系统性、实用性和生动性为特色，适合于企业中高层管理者，非政府组织、事业单位管理人员，政府部门管理人员，高校教师、研究人员和研究生阅读。

<<体悟管理>>

作者简介

无

## <<体悟管理>>

### 书籍目录

序

前言

#### 第一篇 体悟管理

##### 第一章 什么是顾客体悟管理

第一节 顾客体悟管理概念与模型

第二节 顾客体悟管理的理论基础

第三节 基于访谈调查的理论探索

##### 第二章 为什么需要体悟管理

第一节 顾客回味体验过程的需要

第二节 彻底满足顾客期望的需要

第三节 体现企业社会责任的需要

#### 第二篇 设计体悟管理

##### 第三章 两种满意：体悟管理核心

第一节 两种满意与顾客转移

第二节 两种满意与四类企业

##### 第四章 走廊图谱：体悟管理设计

第一节 设计原则

第二节 设计方法

第三节 案例应用

#### 第三篇 执行体悟管理

##### 第五章 体悟管理执行方法

第一节 顾客体验管理方法

第二节 顾客领悟管理方法

第三节 案例应用

##### 第六章 体悟管理执行保障

第一节 组织能为员工做什么

第二节 组织期望员工做什么

第三节 组织与员工如何协同

#### 第四篇 拓展体悟管理

##### 第七章 体悟管理的拓展

第一节 产品体悟管理

第二节 产销同一中的体悟管理

##### 第八章 体悟管理的应用

第一节 体悟管理与软实力

第二节 体悟管理与公共服务

结束语

参考文献

附录1 服务创新八法

附录2 BIMCO——一个赢利的NGO

后记

## <<体悟管理>>

### 编辑推荐

於军所著的《体悟管理——赢得顾客忠诚的管理艺术》第一部分详细介绍了什么是体悟管理，为什么需要体悟管理，并通过哲学和心理学的视角对接和基于调查研究的理论探索，回答了“有没有体悟管理”的问题。

第二部分以两种满意为核心，分析了顾客与企业关系的四种类型，提炼了四类服务企业，并设计了w形顾客体悟管理走廊图，使企业、组织在体悟管理设计时有章可循。

第三部分介绍了体悟管理的具体执行方法和执行体悟管理的保障措施。

第四部分介绍了体悟管理的拓展与应用。

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>