

<<如何实现多渠道商务>>

图书基本信息

书名：<<如何实现多渠道商务>>

13位ISBN编号：9787111108696

10位ISBN编号：7111108698

出版时间：2002-10

出版时间：机械工业出版社

作者：杰夫·韦布

页数：237

译者：刘祥亚

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>

<<如何实现多渠道商务>>

内容概要

高度可靠且利润丰厚的多渠服务行业真正地满足了客户的需求以及商家追求利润的需要。

为客户提供舒适高效服务的新一代企业中有知名的传统公司，战绩卓越的新玩家。

M-BOMB迫使每一家公司设法完善自己的产品配送，无论客户在家里还是在路上，无论是通过网络订购还是在购物中心购买，都要及时送达。

本书将为新旧公司提供全面的指导，帮助它们在M-BOMB中生存下来。

成功的公司总是通过业务员、网络、电话和个人化服务等想方设法为客户提供一切他们能够想到的服务。

<<如何实现多渠道商务>>

书籍目录

前言概述第一部分 多渠道商务炸弹滴答作响 第1章 拨开网络迷雾 你的角色：高瞻远瞩的怀疑论者
第2章 微笑和不安 我不能坐在那里无所事事——进行变革的环境是什么 新的营销环境 当心，你的市场也同样岌岌可危，你是否听到了 M-BOMB的滴答声 新国际的竞争者和竞争品牌 网络和一系列小的竞争者 为客户提供选择进入和“自选组合”的方便服务 增加服务内容，扩大服务区域 为什么每个公司在拓展新的市场渠道时都应该谋定而后动 为什么不是所有人都这么想第二部分 制定你的多渠道防御策略 第3章 规划多渠道商务组织 绝对原则 多渠道商务中的几个核心竞争优势 第4章 建立客户运作模式 原因何在 确定你在客户运作模式所需的几个步骤 第5章 建立第一品牌的战略 “建立平台”策略 “改进方法”策略 “转换市场”策略 如何制定一个适合你公司的策略呢 项目方案调整 总结第6章 好的、坏的和糟透的.....第三部分 成功运作多渠道商务 第7章 实现多渠道商务 第8章 组织变革和品牌打造第四部分 实践指导和未来展望 第9章 大议程、新意外和卡萨布兰卡之旅译者后记

<<如何实现多渠道商务>>

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>