第一图书网, tushu007.com

<<顾客价值的7项通则>>

图书基本信息

书名：<<顾客价值的7项通则>>

13位ISBN编号：9787111132042

10位ISBN编号：7111132041

出版时间：2004-1

出版时间：机械工业出版社

作者：布莱德里克 (Broydrick Stephen C.)

页数：130

译者：董大海

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

<<顾客价值的7项通则>>

内容概要

在如此激烈的竞争时代，许多企业不断大幅削减成本以降低价格，以为顾客只在意低价格，这样的假设导致它们只能获得最低的利润。
企业宠坏了顾客，价格成为了顾客进行选择的首要考虑因素。
一旦你的企业进入了这个怪圈，想要逃离谈何容易。

本书向你讲述了如何脱颖而出，向你的顾客交付高价值产品或服务的简单行的方法和技巧，从而轻而易举获取丰厚利润，从此摆脱价格战。

作者简介

史蒂芬C.布莱德里克是斯蒂夫·布莱德里克协会的主席。
这个协会是一家提供客户服务培训和营销咨询的公司，总部设在缅因州的波兰。
他通过和现有顾客、流失的顾客及雇员进行网络访问和电话记谈了解每个客户的要求，为他们提供专门的研究会和培训方案。
布莱德里克多年来对

<<顾客价值的7项通则>>

书籍目录

丛书序前言致谢通则1 拒绝比较 苹果变成橙子 唤醒创新 在空中拒绝比较 精益求精 做领头羊 一样的比克，不一样的刀片 你的处境怎样呢通则2 消除风险 零售：物有所值 让自然走进生活 为什么要消除风险 简便易行 产品保障通则3 精心筛选顾客 目光长远的顾客 实地考察旅行 有目的地放弃顾客 怎样筛选：问恰当的问题 这是你的产品，不是你的价格 写下来 耐心地销售 回报忠诚通则4 限定提供物 战略一：缩小购物者的选择范围 战略二：“ 试金 ” 自信购买 饱和定律：不可思议的“ 3 ”法则 销售更好的产品 付诸行动通则5 如实相告 前途未卜 来自天堂的便士 跳出商品区 公共关系 广告，不是为了销售 启动水泵通则6 保持一致胜于偶尔优异 创造似曾相识的感觉 亲近带来利润 实体产品的一致性 无形产品的一致性 建立一致性通则7 保持联系 绝交信 建立长期的记忆 令人难以忘记结束语 关于定价 富有营销头脑的野马跑车 以恰当的方式降低价格 警惕利润下降 价格信誉 总结参考文献译者的话作者简介

第一图书网, tushu007.com

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