

<<数据库营销方案设计>>

图书基本信息

书名：<<数据库营销方案设计>>

13位ISBN编号：9787115142481

10位ISBN编号：7115142483

出版时间：2006-1

出版时间：人民邮电出版社

作者：费建平

页数：256

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>

## <<数据库营销方案设计>>

### 内容概要

所谓数据库营销，就是企业收集和积累消费者的大量信息，并将这些信息处理后预测消费者有多大可能去购买某种产品，以及利用这些信息给产品以精确定位，有针对性地制作营销信息，以达到说服消费者购买产品的目的。

微码营销的实战，企业参照的典范——直击本书案例，用我们的实战经验揭开十大行业数据库营销的秘密，帮助企业赢得更多市场份额。

本书以数据库营销的理论为基础，详细阐述了企业如何设计和实施数据库营销方案，是数据库营销领域的实用工具书。

本书以客户时间价值分析为基础，详细介绍了客户数据库的建设和维护、客户的分类与客户沟通的工具，如何与能产生高销售额和高利润的客户进行“一对一”的有效接触，如何保持客户的忠诚度，如何吸引和留住优质客户。

本书提供的13个案例，分别来自于10大行业，为企业提供了用数据库进行营销的范例。

本书适合各企事业单位的中高层决策者、管理人员、市场营销人员、咨询和培训人员以及大专院校营销专业的师生使用。

## <<数据库营销方案设计>>

### 作者简介

费建平，对外经济贸易大学学士，清华大学MBA，数据库营销专家，曾在多家知名企业担任市场分析师、策略咨询顾问和业务运营总监。  
2001年初创办微码营销公司，历任总经理、总裁、董事长等职务。

## &lt;&lt;数据库营销方案设计&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 数据库营销简介第一节 数据库营销的定义一、数据和数据库二、数据库营销的含义三、数据库营销与其他营销方式的关系第二节 数据库营销的产生和发展一、数据库营销产生的原因二、数据库营销的国内现状和发展前景第三节 数据库营销的作用及其优缺点一、数据库营销的作用二、数据库营销的优缺点第四节 数据库营销适合的产品类型和建立数据库的程序一、数据库营销适合的产品类型二、建立数据库的程序三、信息技术和互联网在数据库营销中的作用案例分析一 零售市场分销渠道的数据库营销一、相关背景介绍二、目标客户群分析三、项目操作步骤四、项目成果案例分析二 医疗设备行业数据库营销一、相关背景介绍二、营销策略的选择三、数据库营销目标的确立四、执行情况及成果五、总结与启示案例分析三 ××银行用数据库营销推广个人理财业务一、相关背景知识二、银行对目标客户的要求三、微码营销公司的方案四、确认目标客户名单五、目标数据的整合六、推广方案的实施七、客户推介会八、项目成果第二章 数据库营销策略准则：客户时间价值分析第一节 客户时间价值的意义一、把客户看作企业的资产二、客户时间价值的定义三、客户时间价值表第二节 与客户时间价值相关的专业术语一、保持率二、消费额三、可变成本四、获得新客户的成本五、毛利润六、贴现率七、利润净现值八、累积利润净现值第三节 客户时间价值的计算方法一、计算方法二、计算单个客户的时间价值三、计算客户时间价值的时间段第四节 基于客户时间价值分析的数据库营销策略一、数据库营销能提高销售量、降低成本二、提高客户介绍率三、提高客户保持率四、预测客户消费额五、“会员打折卡”的成本案例分析一 电信行业的数据库营销一、客户的问题二、有效管理客户信息三、客户保留策略——白金客户四、客户保留策略——黄金客户五、H公司客户的改变六、总结与启示案例分析二 A银行用数据库营销推广信用卡一、A银行跟上了数据库营销的步伐二、数据库营销策略的确定和准备三、营销策略的执行第三章 客户数据库的建设与维护第一节 客户名单的分类与制作一、客户名单的分类二、制作现有客户名单三、制作潜在客户名单第二节 评估客户名单的十二项准则第三节 客户及潜在客户名单的收集、细分和整理一、市场细分化及名单的分类二、名单的修整第四节 客户数据库的建立和管理一、日益重要的数据库二、建立数据库的6个阶段三、建立数据库前要考虑的8个问题四、客户资料的收集五、客户数据库的内容六、数据库的整理、筛选和编集七、数据库的充实及维护八、计算机在数据库建设中的应用案例分析一 烟草公司的数据库营销一、利用促销活动收集客户数据信息二、信息收集成果三、信息收集费用四、后续营销沟通案例分析二 医疗服务行业的数据库营销一、健康服务市场二、客户分析三、新客户开发四、维护与老客户的关系五、总结与分析第四章 客户的分类及营销策略第一节 理想客户的两个标准第二节 根据获利率将客户分类一、获利率的定义及计算方法二、根据获利率划分客户第三节 针对黄金客户和潜在黄金客户的营销一、针对黄金客户的营销二、针对潜在黄金客户的营销第四节 处理亏损客户的方法案例分析一 媒体行业数据库营销一、项目背景二、《CXO》杂志的具体目标要求三、微码营销公司的方案四、目标读者群分析五、推广项目介绍六、总结与分析案例分析二 数据库营销在保险行业的战略应用一、为保险公司把脉二、建立客户信息数据库三、锁定黄金客户，保持紧密沟通四、开拓新市场五、有效管理代理人第五章 与客户沟通的手段第一节 电话营销一、电话营销的概念二、电话营销的作用三、电话营销与其他直复营销媒介的整合四、电话营销的优势与局限五、电话运营的两种方式六、电话营销的准备与电话访问过程七、如何管理与激励电话销售人员第二节 直接邮件广告一、直接邮件广告的定义二、直接邮件广告营销的优点三、直接邮件广告营销的作用四、直接邮件广告的内容五、直接邮件广告的制作与发送六、直接邮件广告的效果及实例七、直接邮件广告的后续处理作业八、直接邮件广告营销的社会问题九、直接邮件广告策划常犯的错误第三节 网络营销一、网络营销的特点和渠道二、在线服务三、基于网页信息平台的直接反应四、电子直邮营销第四节 其他客户沟通手段利用企业外部网案例分析一 软件企业用数据库营销占领市场一、企业背景二、营销方案的实施三、执行结果四、总结与分析案例分析二 IT行业数据库营销一、现状分析二、数据库营销战略规划和实施三、数据库营销策略的实施效果案例分析三 减肥健身产品的数据库营销一、减肥产品市场二、启动市场三、拓展市场四、市场提升五、开展促销六、留住客户第六章 建立客户忠诚度第一节 建立客户忠诚度要明确三个问题一、消费者忠诚的定义及分类二、企业要牢记三个要点第二节 评估客户忠诚度的关键指标一、保持率是客户忠诚度的关键指标二、黄金客户与一般客户的比较三、两组客户的对比第三节 基于忠诚度的客户管理策略一、

## <<数据库营销方案设计>>

更好地对待忠诚的客户二、拜访不忠诚的客户案例分析汽车行业的关系营销一、面临的问题二、从产品导向向消费者导向转变三、判断客户忠诚类型四、给客户保持忠诚的理由五、管理一对一的关系六、有效管理数据库是客户关系营销必不可少的部分

<<数据库营销方案设计>>

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>