

<<一对一企业>>

图书基本信息

书名：<<一对一企业>>

13位ISBN编号：9787507512618

10位ISBN编号：7507512614

出版时间：2002-1

出版时间：华文出版社

作者：（美）佩珀斯,罗杰斯

页数：296

字数：243

译者：屈陆民译

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>

<<一对一企业>>

内容概要

## 作者简介

唐·佩珀斯，全球瞩目的思想领袖，未来学家和顾问。他曾担任一家位居前20名之列的直接营销机构的首席执行官，现为佩珀斯——罗杰斯集团的合伙人，这是一家位于康涅狄格洲斯坦福市的管理咨询培训公司。

马莎·罗杰斯博士 佩珀斯——罗杰斯集团的合伙人，杜克大学福卡

书籍目录

致谢词 中文版序序 第一章 音乐安全套——为互动时代而重写的竞争规则 第二章 有一些顾客比其他顾客更合适——如何识别利用顾客差异 第三章 制定战略——如何利用你的顾客群制定出你自己的一对一战略。

第四章 MCI公司的新顾客夭折率——如何修补顾客流失这只“漏桶”——以及如何避免发生泄漏 第五章 增长你的顾客群——如何增加你的顾客份额并提高你的底线 第六章 不对称的胸罩——如何从批量订制中获利 第七章 巧妙的翻新——如何永远留住顾客，并同时提高利润 第八章 扩展“需求集合”——如何实现量身订制，即使你卖的是商品 第九章 社区知识——如何预测顾客需求 第十章 在反馈环路里冲浪——如何在保护隐私权的同时获取更多的顾客反馈 第十一章 媒体才是真正的媒人——如何在媒体变革风景线中拥有客户 第十二章 忙碌的鞋子售货员——如何排除你与顾客间的分销路障 第十三章 成功实施——如何由此及彼……

## 章节摘录

公司还可以通过向最终用户提供某些服务来提高保修卡的回复率，这些服务首先要与顾客对产品的需求相关。

例如，提醒用户进行数据备份的“提示界面”还可以用来提醒他进行产品注册。

#### 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>