

<<一对一未来>>

图书基本信息

书名：<<一对一未来>>

13位ISBN编号：9787507512649

10位ISBN编号：7507512649

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：246

字数：200000

译者：屈陆民

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>

<<一对一未来>>

内容概要

《一对一未来》首次出版时就给营销界带来了一场革命。

这部畅销书当时被视为对营销基本原则的一次彻底反思，已成了当今营销人员的圣经。

这个全面修订版内附全新的用户指南，将引领读者逐步领略任何想在互动年代竞争取胜的企业所必备的战略。

大多数企业遵循的是由来已久的大众营销原则，即将其产品推销给最多数量的人。

但是，将更多的商品卖给较少数量的人不但更有效率，而且更为有利可图。

《一对一未来》是一种彻底创新的商业模式，它聚焦于顾客份额——一次一个顾客，而非仅仅市场份额。

<<一对一未来>>

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，杜克大学富卡商学院实践教授兼印地安纳大学院长顾问委员会成员，她和唐·佩珀斯两人同为畅销书《一对一未来》和《一对一企业》的作者。

<<一对一未来>>

书籍目录

中文版序 修订版序 前言 第一章 从未来回到现在 第二章 顾客份额，而非市场份额 第三章 与你的顾客进行协作 第四章 区分顾客，而非仅仅产品 第五章 纵深经济，而非规模经济 第六章 管理你的顾客，而非仅仅你的产品 第七章 让你的顾客参与对话 第八章 将产品提供给顾客，而非将顾客推向产品 第九章 赚钱之时保护隐私，而非威及到它 第十章 光速社会

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>