

<<顾客价值链与顾客满意>>

图书基本信息

书名：<<顾客价值链与顾客满意>>

13位ISBN编号：9787801628909

10位ISBN编号：780162890X

出版时间：2004-1

出版时间：经济管理出版社

作者：崔迅

页数：242

字数：272000

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>

<<顾客价值链与顾客满意>>

内容概要

介

随着社会的发展，人们的生活水平的提高，生活价值追求和满足生活需要手段的多元化，生活追求已经成为一个错综复杂的价值体系，人们在本能或有意识地通过调节体系中的各种价值环节，追求生活价值的最大化。

消费活动是顾客价值中的一个子系统，而某个企业所提供的产品或服务，只是这个子系统中的一个组成部分。

因此，某项消费活动中的“顾客满意”，是顾客消费价值系统，乃至生活价值体系中各种因素作用的结果。

<<顾客价值链与顾客满意>>

作者简介

崔迅，男，1962年生。

中国海洋大学管理学院营销与电子商务系副主任、副教授、博士，中国市场学会理事。
主要研究领域。

苗锡哲，男，1964年生。

中国海洋大学管理学院营销与电子商务系副主任、副教授、硕士。
主要研究领域，市场营销管理与策划。

仲伟林，男，1

<<顾客价值链与顾客满意>>

书籍目录

1 生活与生活价值追求 1.1 关于价值的概念 1.2 生活价值追求追求与消费——生活价值追求模型 1.3 生活价值追求多元化与“生活价值生态体系” 1.4 小结 2 顾客价值链与 A B U P 顾客满意策略 2.1 顾客生活价值链——解析顾客生活价值生态体系 2.2 顾客消费价值链——分析顾客消费价值生态系统 2.3 顾客价值链与顾客满意机制 2.4 ABUP顾客满意组合策略 2.5 小结 3 罗陀罗—五行矩阵分析法——东方融合思维方式与企业、顾客价值分析 3.1 东西方文化思维与企业经营管理 3.2 佛教思维方式的体现——曼陀罗矩阵 3.3 “五行”思想——事物间的辩证关系 3.4 曼陀罗——五行矩阵分析法 3.5 企业价值分析——企业整体战略价值链 3.6 顾客生活价值分析 3.7 小结 4 顾客满意的企业文化与经营理念 4.1 企业与顾客的关系 4.2 顾客导向的企业文化特征 4.3 顾客导向的企业文化形成机制及其培育 5 消费者行为与顾客满意 5.1 顾客的类型及行为特征 5.2 顾客心理与行为 5.3 顾客满意分析 6 顾客满意战略思考 6.1 关于顾客满意战略 6.2 顾客价值的识别 6.3 顾客价值的创造 7 顾客满意与顾客关系管理 7.1 顾客关系管理理念 7.2 顾客关系管理程序 7.3 顾客关系管理内容 7.4 顾客关系管理信息技术 8 顾客满意与顾客忠诚 后记

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>