

<<十二条顾客忠诚金律>>

图书基本信息

<<十二条顾客忠诚金律>>

内容概要

从本书中你会看到网络正如何提高顾客的敏感度、洞察力；公司在“应付”越来越苛刻的顾客时，哪些技术方式是最关键的。

研究结果显示，通过多种渠道与公司发生买卖关系的顾客比单渠道的顾客表现出更高的忠诚度。

为什么电话服务中心成为公司新的重心前缘部分；要向顾客提供周到周全的服务，这些顾客服务代表们需要具备哪些能力。

公司、企业怎样做到满足顾客的价值需要，并最终赢得其忠诚。

<<十二条顾客忠诚金律>>

作者简介

吉尔·格里芬，国际知名作家、商业顾问和演说家。

她曾担任RJR/Nabisco公司的高级品牌设计，是该公司有史以来最年轻的资源品牌经理之一。

她在奥斯丁、得克萨斯建立了格里芬集团，专门为戴尔电脑、Cendant、惠普、雷神飞机、福特等公司做关于顾客和员工的忠诚调研、顾客联系管

<<十二条顾客忠诚金律>>

书籍目录

前言 罗伯特·T, 赫里斯序言第一章 顾客忠诚——快乐盈利的途径 快乐盈利的途径 真正的评判标准：顾客忠诚 为什么市场策略限制忠诚 吸引价格本位者，而不是忠诚追随者 不同的顾客面对类似的商品顾客保持忠诚越久，回报越多 忠诚的顾客与忠诚的员工相关 失去一个顾客的代价第二章 透视忠诚 忠诚和消费循环 依恋：构建忠诚的一个先决条件 忠诚的4种类型 多渠道赢得高度的忠诚 Nordstrom：多渠道的挑战第三章 培养一个忠诚的顾客 明确顾客的内涵 忠诚的顾客：一个不断发展的概念 哈利·戴维森：美国忠诚的典型 对竞争诱惑的免疫 培养一个忠诚的顾客 利润产生系统和顾客活动 利润产生系统的重要性 数据库的应用如休增进客户的忠诚 盲目追求和其它错误观念 扎扎实实地构建忠诚的顾客群第四章 从可疑教师以展望者 以谁为目标？ 怎样定位你的产品和服务？ 明确具有发展潜力的展望者第五章 从展望者到“第一次”顾客 一项成功的交易的要素 信任问题很重要 倾听：营建信任与和睦的重要因素 你什么时候开口 明确消费者的消费循环 学习像一个“销售医生”一样思考 不仅仅是说的问题，还有怎样说的问题 第一次电话之前计划你的问访 结束每个电话的原则 有志者事竟成 从失败的销售中汲取教训第六章 从“第一次”顾客到常客第七章 从常客到忠诚的客户第八章 从忠诚的客户到拥护者第九章 顾客流失如何预防或应付怎样在你的公司培植忠诚的理念和文化附录 十二条忠诚原则

<<十二条顾客忠诚金律>>

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>