第一图书网, tushu007.com

<<顾客关系管理中的关系价值研究>>

图书基本信息

书名：<<顾客关系管理中的关系价值研究>>

13位ISBN编号：9787810884549

10位ISBN编号：7810884549

出版时间：2006-5

出版时间：西南财经大学出版社

作者：付晓蓉

页数：292

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

内容概要

《顾客关系管理中的关系价值研究》试图从新的视角、用新的方法对现有的顾客关系管理中的关系价值进行分析和研究。
《顾客关系管理中的关系价值研究》的论述从整个管理的角度，特别是从战略分析的视角，对原有“关系价值”的概念进行拓展与更新，并在这一具有全新内涵的关系价值概念基础之上，结合现有的价值创造理论分析顾客关系创造价值的机理，运用静态与动态博弈的分析方法来分析关系价值的动态均衡过程等关系价值管理过程中的基础问题，在此基础上提出了相应的顾客关系管理策略。
《顾客关系管理中的关系价值研究》可作为从事管理学研究与教学工作者的参考书，也可以作为高等院校管理学（包括MBA）专业的博士研究生、硕士研究生的学习顾客关系价值理论的教科书，或供各类组织的人员学习参考书。
《顾客关系管理中的关系价值研究》采取了“以我为主，洋为中用”的写作原则，力图贯彻理论联系实际的原则，借鉴西方国家当代最有代表性的顾客关系价值理论的观点和方法。
《顾客关系管理中的关系价值研究》文字力求简练和通俗易懂，所选取的国外顾客关系价值理论经典著作和具有一定代表性的著作都有注释，利于研究者查阅、分析和借鉴。

作者简介

付晓蓉，女，1973年10月出生。
1998年从西南财经大学政治经济专业毕业留校，获经济学硕士学位。
2006年获管理学博士学位。
现为西南财经大学工商管理学院讲师。

书籍目录

第一章 绪论1.1 背景与研究命题1.2 研究思路与基本框架1.3 研究方法1.4 创新与不足之外1.1.1 本研究的创新点1.1.2 本研究的局限第二章 国内外相关研究的评述2.1 顾客关系管理（CRM）的研究评述2.2 顾客关系管理中关系状态性的研究评述2.3 顾客关系管理中关系动态性的研究评述2.3.1 CRM中的顾客发展的研究2.3.2 关于CRM中顾客生命周期的研究2.4 顾客关系管理中有关价值的研究评述2.4.1 顾客关系管理中有关顾客价值的研究评述2.4.2顾客关系管理中的“ 关系为企业带来的价值 ”的研究评述2.5 顾客关系管理中关系价值创造的相关文献第三章 顾客关系：概念、特点及其动因分析3.1 顾客关系的概念3.2 顾客关系的特征分析3.3 顾客关系的核心构成要素--信任3.4 顾客关系形成与发展的动因--价值3.4.1 顾客关系中信任的基础要素是价值3.4.2 顾客关系发展的驱动力与目的的价值第四章 关系价值：概念、特点及其实证分析4.1 顾客关系管理的核心--顾客关系价值4.1.1 顾客关系管理中的关系导向与价值导向4.1.2 关系导向的顾客关系管理的局限性4.1.3 顾客关系管理的价值导向--关系价值的提出4.2 顾客关系价值的内涵及其特征4.2.1 三种研究视角的顾客关系价值4.2.2 顾客关系价值的内涵4.2.3 顾客关系价值的本质4.2.4 重新定义顾客关系价值的理论与实践意义4.3 顾客关系价值模型及实证分析第五章 关系价值：创造机理分析5.1 顾客关系创造价值的机理分析5.1.1 关系与关系资产5.1.2 顾客关系资产创造价值的分析5.2 顾客关系价值的构成分析5.2.1 顾客关系价值的主要构成5.2.2 关系价值的过程收益5.2.3 关系价值的结果收益第六章 关系价值：动态均衡分析第七章 关系价值管理：基于关系价值的顾客关系管理结束语附录：顾客关系价值的模型的实证研究设计参考文献

第一图书网, tushu007.com

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