

<<顾客价值>>

图书基本信息

书名：<<顾客价值>>

13位ISBN编号：9787121042041

10位ISBN编号：7121042045

出版时间：2007-4

出版时间：电子工业

作者：张明立

页数：309

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>>

内容概要

顾客价值理论是近年来营销学者和企业共同关注的市场营销学科前沿理论研究和营销实践领域。顾客价值是对市场营销观念内涵的进一步发展，是提高顾客满意度和建立顾客忠诚的根本。为顾客创造优异的顾客价值，已成为企业获得竞争优势的重要来源，顾客价值理论已成为市场营销学科的重要的理论。

本书系统介绍了顾客价值的基本理论及其应用。

主要内容包括：顾客价值产生的背景，顾客价值的内涵、基本特征、分类，顾客价值分析，顾客价值的测量方法，顾客价值认知过程，顾客价值传递的影响因素，顾客价值创新，顾客价值战略管理的体系，为相关研究与实践人员提供了系统的理论框架和操作模式。

<<顾客价值>>

作者简介

张明立，管理学博士，北京航空航天大学经济管理学院营销学教授、博士生导师。
从事市场营销学科领域教学、研究及企业营销管理咨询工作二十余年，主要研究领域为市场营销理论、营销战略与策略、品牌管理、服务营销、关系营销、价值营销、消费者行为及企业经营发展战略等。

<<顾客价值>>

书籍目录

第一章 顾客价值导论 第一节 顾客价值产生的背景 第二节 顾客价值的研究现状 第三节 顾客价值与其他以顾客为导向的理论比较 第四节 本书的主要内容 第二章 理解顾客价值 第一节 顾客价值的内涵、特征和类型 第二节 基于需求的顾客价值形成 第三节 顾客价值的来源及驱动因素 第三章 剖析顾客价值 第一节 分析顾客价值期望 第二节 分析顾客价值感知 第三节 分析顾客成本 第四节 顾客价值激励 第五节 顾客价值决策过程 第六节 顾客价值链与企业价值链 第七节 顾客价值构成维度 第四章 测量顾客价值 第一节 顾客价值量的意义 第二节 顾客价值测量标准 第三节 顾客价值测量方法论 第五章 沟通顾客价值 第一节 顾客市场 第二节 顾客价值的认知 第三节 顾客价值沟通的媒介 第四节 顾客价值沟通策略 第六章 传递顾客价值 第一节 顾客价值传递的影响因素 第二节 顾客价值的传递机制 第三节 顾客价值传递步骤 第七章 创新顾客价值 第一节 顾客价值创新的形式 第二节 顾客价值创新的基本方法 第三节 顾客价值创新策略 第四节 顾客价值创新管理 第八章 从战略视角管理顾客价值 第一节 顾客价值战略管理思想的形成过程 第二节 顾客价值战略管理的体系 第三节 评估企业外部市场环境 第四节 评估企业内部价值创造能力 第五节 确定顾客价值 第六节 交付顾客价值 第七节 顾客价值战略管理的执行 第八节 顾客价值战略管理实施的支持体系 参考文献

<<顾客价值>>

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>