

<<关系型企业>>

图书基本信息

书名：<<关系型企业>>

13位ISBN编号：9787801476968

10位ISBN编号：7801476964

出版时间：2002-05

出版时间：企业管理出版

作者：[美]雷.迈肯兹

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>

## <<关系型企业>>

### 内容概要

《关系型企业:用CRM持久提升企业赢利》的主要内容是：派力自创办至今，即将“培养市场导向观念、传播专业营销知识、规划营销实战策略、创造最佳营销业绩”作为自己的职业责任，把“中国企业健康成长的最佳伙伴，培养中国职业营销经理的黄埔军校”作为自己的公司使命，把“踏踏实实做人，扎扎实实做事”、“敬业一种美德”作为自己的职业态度，力求在向客户提供的每一项服务里，融入派力营销的敬业精神、专业水准、实战经验、创造意识和职业道德，实现派力与客户双方最佳的营销效果。

## <<关系型企业>>

### 作者简介

作者:(美)雷·迈肯兹(Ray Mckenzie)

## <<关系型企业>>

### 书籍目录

序前言引言第一部分 关系型企业与客户关系管理第1章 关系型企业第2章 究竟什么是客户关系管理？  
第3章 关系的新解释第4章 交换空间第5章 关系管理的框架第二部分 发现——反复学习的过程第6章 谁  
是我们的顾客？  
第7章 顾客的需要和期望是什么？  
第8章 顾客的潜在价值是什么？  
第三部分 交谈——一种实在的对话第9章 企业需要哪种顾客关系？  
第10章 企业如何培育顾客交流？  
第11章 企业如何与顾客分享控制权？  
第四部分 规则——管理层的选择第12章 我们是谁？  
第13章 我们如何让价值更贴近于顾客？  
第14章 如何评价和管理绩效？  
第15章 如何提高企业的变革承受能力？  
第五部分 客户关系管理和客户关系前景第16章 客户关系前景和外延问题第17章 检验顾客关系的前景

## <<关系型企业>>

### 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>