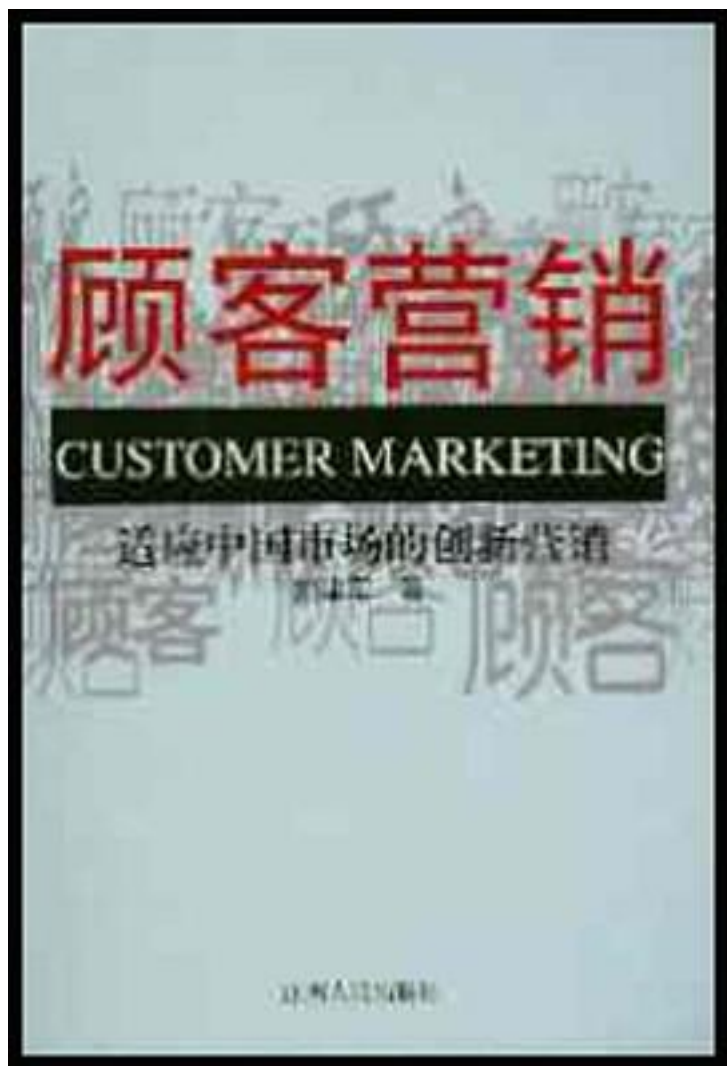


顾客营销



[顾客营销_下载链接1](#)

著者:刘建军

出版者:

出版时间:2003-1

装帧:

isbn:9787210027119

本书从中国本土化的角度来诠释整合营销理论，以顾客为核心概念，演绎出品牌形象、服务质量和关系技术有机整合而构成的营销理论，要求企业实现提升品牌形象和服务质量的同时，运用顾客关系技术，深化顾客情感与友谊，建构起顾客营销的三大要素与知名度、美誉度、忠诚度的关联对应。不但对国际化的整合营销理论阐述，而且对中国企业营销需求的深层思考，是一种中国式的整合营销模式。

作者介绍:

目录:

[顾客营销_下载链接1](#)

标签

、 、 、

评论

[顾客营销_下载链接1](#)

书评

[顾客营销_下载链接1](#)