

再造消费者关系



[再造消费者关系 下载链接1](#)

著者:唐健盛

出版者:

出版时间:2010-5

装帧:

isbn:9787542632074

《再造消费者关系:全过程改进消费者体验与本土化危机管理》内容简介：构成消费品(服务)企业竞争力有三大要素——产品、渠道和消费者关系。当前，由于产品和渠道同质化程度越来越高，消费者关系在企业竞争力中的权重也不断上升，因此，企业应该从战

略高度再造良好的消费者关系。一方面要通过优化每个关键接触点全过程改进消费者的体验，另一方面是用本土化的方法防范和正确处置各类危机。

作者介绍:

目录:

[再造消费者关系](#) [下载链接1](#)

标签

评论

[再造消费者关系](#) [下载链接1](#)

书评

[再造消费者关系](#) [下载链接1](#)