

ZARZĄDZANIE WARTOŚCIĄ KLIENTA



Cena: 50,15 PLN

Opis słownikowy

Autor	Kumar V.
Rok wydania	2010
Wydawca	Wydawnictwo Naukowe PWN
Wysyłamy	Wysyłamy w ciągu 4-5 dni roboczych

Tabela cech produktu

Okładka	Miękka
Liczba stron	232
Format	16.5x23.5cm

Opis produktu

Książka jest napisana przejrzystym językiem, zawiera przykłady z praktyki biznesowej. To obowiązkowa lektura dla tych menedżerów, którzy chcą poprawić wyniki finansowe przedsiębiorstw przez wzrost zyskowności klientów.

Jeżeli jako drogę do zyskowności wybierze się marketing relacji, to kluczową sprawą staje się zarządzanie klientami. Wdrażając programy lojalnościowe firmy tradycyjnie przywiązywały zbyt wielką wagę do maksymalizacji lojalności klientów. W tej książce przedstawiono diametralnie inne podejście do zarządzania klientami i wskazano, że stabilny i trwały wzrost firmy buduje się na zyskowności klientów, a nie tylko na ich liczbie czy lojalności. Pokazano również, że lojalni klienci nie zawsze przynoszą zyski, a nie wszyscy klienci przynoszący zyski są lojalni. Dlatego kiedy firmy opracowują strategię zarządzania klientami, muszą podejść do tego w sposób łączący lojalność z zyskownością. [...] CLV okazuje się najlepszy w tym zakresie, ponieważ opiera się na danych prognozowanych i uwzględnia przyszłe zachowania klienta w bieżących działaniach marketingowych.