

چه کسی مشتری مرا دزدید؟

استراتژی‌های موفق مشتری‌آفرینی و حفظ وفاداری مشتریان

هدف کتاب چه کسی مشتری مرا دزدید معرفی روش‌ها و چارچوب‌های جدید و قدرتمند برای جذب و حفظ مشتریان در دوران اوج رویگردانی مشتری است. در حال حاضر مدیریت ارتباط با مشتری برای بهبود حفظ و وفاداری یک مساله حیاتی برای مدیران ارشد در سطح جهان است. این کتاب برای شما نوشته شده است اگر:

- مدیر یا مدیر ارشد هستید یا می‌خواهید به یکی از آنها تبدیل شوید.
- صاحب یک شرکت هستید یا می‌خواهید شرکتی را تاسیس کنید.
- در آینده مدیر یک شرکت خواهید بود یا برای دستیابی به این موقعیت در حال تحصیل هستید.

هدف کتاب: ما می‌خواهیم کجا باشیم؟ ما چگونه به آنجا برسیم؟ ما چگونه بدانیم که در آن مسیر هستیم؟

فهرست مطالب:

بخش اول: موردی برای اقدام فوری: رویگردانی مشتری

- فصل ۱: وقتی نقاط قوت سابق به نقاط ضعف‌تان تبدیل می‌شود
- فصل ۲: وقتی جهان تغییر می‌کند اما شما با آن همراهی نمی‌کنید
- فصل ۳: وقتی مشتریان، می‌روند

بخش دوم: دانش وفاداری: نمودار دایره‌ای نیازها

- فصل ۴: برش‌هایی از محصول در برابر خدمات
- فصل ۵: بخش بندی و انتخاب مشتریان هدف

بخش سوم: ادغام دو دیدگاه: فرصت در برابر ریسک

- فصل ۶: فرصت: دیدگاه مشتری
- فصل ۷: ریسک: فرهنگ شرکت

بخش چهارم: تجربه‌ی موفق مشتری

- فصل ۸: آن‌ها چه می‌خواهند: ده باور غلط درباره مشتریان
- فصل ۹: آن‌ها به چه نیاز دارند: راه حل
- فصل ۱۰: جهش استراتژیک بعدی: نوآوری مشترک شرکت و مشتری
- فصل ۱۱: کاری که باید انجام دهید: تثبیت وفاداری

خلاصه

خاتمه: چه کسی مشتری مرا دزید؟