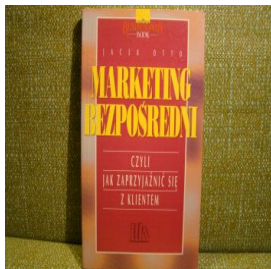


MARKETING BEZPOŚREDNI CZYLI JAK ZAPRZYJAŻNIĆ SIĘ Z KLIENTEM ; JACEK OTTO



Model : -

MARKETING BEZPOŚREDNI CZYLI JAK ZAPRZYJAŻNIĆ SIĘ Z KLIENTEM ; JACEK OTTO

Producent : -

"Analiza zmian na współczesnym rynku nasuwa myśl, że umiejętność koncentracji na konsumentach traktowanych indywidualnie oraz nieustanne pielęgnowanie kontaktów z nimi będzie czynnikiem krytycznym, przesądzającym o sukcesie firmy. W wielu przypadkach decydującym o tym, kto utrzyma się na rynku i zwycięży w walce konkurencyjnej.
 Filozofia troski o klienta już zdobytego powinna wypierać filozofię zdobywania ciągle nowych nabywców (wszystkie badania wykazują, że takie podejście jest tańsze niż ciągle pozyskiwanie nowych nabywców). Coraz większego znaczenia nabiera więc marketing bezpośredni. On to bowiem stawia na bezpośredni związek z klientem, na prowadzenie z nim dialogu, na traktowanie klienta indywidualnie, jako najważniejszej dla firmy osoby i jako potencjalnego jej „przyjaciela"". Dynamicznie rozwijający się na Zachodzie marketing bezpośredni stosuje zróżnicowany zestaw środków działania - poczta, telefon, kupon, katalog, sprzedaż domokrażna, a także nowe media elektroniczne.
 Niniejsza książka przybliży koncepcję marketingu bezpośredniego, wyjaśnia jego filozofię i reguły działania. Autor chciałby zaznaczyć jednak, że książka ta nie ma charakteru gotowego przepisu, a tym samym nie rozwiązuje problemów marketingowych konkretnego przedsiębiorstwa. Może natomiast zainspirować polskich menedżerów, sugerując im odmienne od tradycyjnych kierunki myślenia i działania."

Pozycja wydana przez Business Press w 1994 roku. Stron 172. Okładka miękka, laminowana w stanie bardzo dobrym. Blok w stanie bardzo dobrym.

Cena : 14,00 zł Brutto (14,00 zł Netto)

Dostępność: Produkt dostępny w naszym sklepie od 26 stycznia 2016