

Оглавление

Предисловие к российскому изданию	6
Глава 1. Эволюция отношений с клиентами	11
Глава 2. Размышления о взаимоотношениях с клиентами	35
Глава 3. Этапы укрепления доверия	55
Глава 4. Идентификация клиентов	72
Глава 5. Определение ценности клиента	90
Глава 6. Дифференциация клиентов по потребностям	117
Глава 7. Взаимодействие с клиентами: стратегия сотрудничества	134
Глава 8. Использование инструментов интерактивности	156
Глава 9. Приватность и обратная связь с клиентом	173
Глава 10. Использование массовой кастомизации	190
Глава 11. Измерение степени успеха инициатив	213
Глава 12. Разработка ориентированной на клиента стратегии	237
Глава 13. Реализация ориентированной на клиента стратегии	248
Глава 14. Взаимодействие с каналами поставок	290