

بازاریابی رابطه مند

نویسندگان:

معز معصومی

سودابه امیدخواه

لیلا رحمانی



انتشارات دانشگاه تهران

عنوان و نام پدیدآور : بازار یابی رابطه مند/ مولفین معز معصومی، سودابه امیدخواه، لیلا رحمانی.
 مشخصات نشر : تهران: انتشارات صالحیان، ۱۳۹۹.
 مشخصات ظاهری : ۱۵۴ ص.
 شاب : ۹۷۸-۶۲۲-۲۱۴-۴۵۷-۹
 وضعیت فهرست : قیفا
 یادداشت :
 موضوع :
 موضوع :
 شناسه افزوده :
 رده بندی کنگره :
 رده بندی دیویی :
 شماره کتابشناسی ملی :

عنوان کتاب: بازار یابی رابطه مند

نویسندگان: معز معصومی، سودابه امیدخواه، لیلا رحمانی

ناشر: صالحیان

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

سال و نوبت چاپ: ۱۳۹۹ - اول

قیمت: ۳۰۰۰۰ تومان

دفتر مرکزی و توزیع: تهران- میدان انقلاب- خیابان کارگر جنوبی- خیابان شای زاندارمیری

پلاک ۱۲۷- واحد ۳ تلفن: ۶۶۹۷۹۳۰۰ - ۰۲۱-۸۱۰۱۴۲

سایت انتشارات: pubsalehiyan.ir



انتشارات صالحیان

فصل اول: تعاریف و مفاهیم ۷/

۷۰	مقدمه
۱۳	تاریخچه مفاهیم
۱۴	مفهوم بازاریابی
۲۲	تعاریف بازاریابی رابطه مند
۴۹	ویژگی های بازاریابی رابطه مند
۵۰	اجزا بازاریابی رابطه مند
۵۳	ابعاد بازاریابی رابطه مند
۶۹	مزایای بازاریابی رابطه مند
۷۳	فلسفه بازاریابی رابطه مند
۷۴	جمع بندی

فصل دوم: استراتژی های بازاریابی رابطه مند ۸۱

۸۱ مقدمه

۸۴ تعیین خدمات اصلی

۸۴ برقراری رابطه باب بطع هر مشتری

۸۴ ارائه خدمات جنبی

۸۵		قیمت گذاری رابطه مند
۸۶		تاکید به بازاریابی داخلی
۸۷		جمع بندی

فصل سوم: عوامل موثر بر بازاریابی رابطه مند/ ۹۵

۹۵		مقدمه
۱۰۰		اعتبار
۱۰۶		تعهد به مشتری
۱۰۷		ارتباطات
۱۱۰		مدیریت تعارضات
۱۱۱		همدلی
۱۱۲		شایستگی
۱۱۳		منافع مالی
۱۱۴		جمع بندی

فصل چهارم: مدل های بازاریابی رابطه مند/ ۱۲۱

۱۲۱		مقدمه
۱۲۴		مدل تاهیر رشید
۱۲۹		مدل مورگان و هانت
۱۳۳		مدل من سو واسپیس
۱۳۷		جمع بندی
۱۴۷		منابع و مآخذ