

สารบัญ

	หน้า
บทนำ	3
สารบัญ	8
ส่วนที่ 1 นำเพื่อความภักดี (Lead for Loyalty)	11
แนวคิดโดยสรุป	13
การนำไปปฏิบัติ	14
สาระสำคัญ	18
หลักการสร้างความภักดี 6 ประการ	20
❑ พูดอย่างที่ทำ	20
❑ ลงมือเพื่อร่วมกันชนะ	21
❑ จงเป็นคนช่างเลือก	25
❑ ทำให้ง่ายเข้าไว้	27
❑ ให้รางวัลกับผลลัพธ์ที่ถูกต้อง	31
❑ ฟังให้ดี พูดให้ตรง	33
ถนนธุรกิจที่สูงส่ง	40
แบบทดสอบคุณค่าความภักดี	42

หน้า

ส่วนที่ 2 การบริหารแบบอิงความภักดี (Loyalty-Based Management)	
แนวคิดโดยสรุป	47
การนำไปปฏิบัติ	48
สาระสำคัญ	51
ลูกค้าที่ถูกคน	54
สินค้าและบริการชั่วชีวิต	59
พนักงานที่ภักดี	62
มาตรวัดความภักดี	68
ระบบอิงความภักดีของ State Farm	72
การบริหารจัดการเพื่อความภักดี	77
ส่วนที่ 3 ความภักดีทางอิเล็กทรอนิกส์ : อาวุธลับบนเว็บ (E-Loyalty : Your Secret Weapon on the Web)	79
แนวคิดโดยสรุป	81
การนำไปปฏิบัติ	83
สาระสำคัญ	85
เศรษฐศาสตร์ของความภักดีทางอิเล็กทรอนิกส์	87
เรื่องของความไว้วางใจ	91
เน้นลูกค้าที่ถูกต้อง	94

ส่วนที่ 3 ความภักดีทางอิเล็กทรอนิกส์อาวุธลับบนเว็บ (ต่อ)
(E-Loyalty : Your Secret Weapon on the Web)

สาระสำคัญ

Grainger ช่วยลูกค้าให้เข้าใจความซับซ้อนได้อย่างไร 96

เรียนรู้เรื่องความภักดี 101

ต้นทุนสูงของความภักดีต่ำ 106

ภาพรวม 107

ความจริงอย่างเดียวนั้น 109

เกี่ยวกับผู้เขียน 111

www.expernetplus.com - Knowledge Community 112

