

Obsah

O autorovi	7
Poděkování	9
Úvod.....	13
ČÁST I: FÁZE „PŘED“	35
KAPITOLA 1: Volba cílového trhu	37
KAPITOLA 2: Vytváření sdělení.....	49
KAPITOLA 3: Oslovení potenciálních zákazníků pomocí reklamních médií.....	81
ČÁST II: FÁZE „BĚHEM“	101
KAPITOLA 4: Získávání slibných zákazníků	103
KAPITOLA 5: Péče o slibné zákazníky	111
KAPITOLA 6: Přeměna slibných zákazníků v zákazníky.....	129
ČÁST III: FÁZE „PO“	149
KAPITOLA 7: Zprostředkování prvotřídního zážitku.....	151
KAPITOLA 8: Zvyšování hodnoty vztahu se zákazníky	173
KAPITOLA 9: Organizování a podněcování doporučení	193
Závěr	207