



Zarządzanie Sukcesem Klienta: Jak Pomagać Biznesowym Klientom Osiągać Cele

Indeks: **709844** Producent: **Springer** Kod producenta: **9783031261770**

Cena: **477.88 zł**

Opis

Customer Success Management: Helping Business Customers Achieve Their Goals (Management for Professionals)

Producent: Springer

Zarządzanie sukcesem klienta to kluczowy element strategii biznesowej, który pozwala firmom skutecznie wspierać swoich klientów w osiąganiu zamierzonych celów. Ta książka zapewnia kompleksowe podejście do tematu, omawiając najnowsze trendy i praktyki w branży. Autorzy, doświadczeni eksperci w dziedzinie zarządzania sukcesem klienta, prezentują praktyczne wskazówki i studia przypadków, które pomogą czytelnikom lepiej zrozumieć i wdrożyć skuteczne strategie.

W oparciu o konkretne przykłady i badania, książka koncentruje się na kluczowych aspektach, takich jak budowanie trwałych relacji z klientami, zwiększanie satysfakcji klientów oraz rozwijanie wartościowych interakcji. Czytelnicy dowiedzą się, jak skutecznie zarządzać sukcesem klienta, aby osiągać wyższe wskaźniki lojalności i zadowolenia klientów.

Zarządzanie sukcesem klienta to nie tylko obszar akademicki, ale także praktyczne narzędzie dla przedsiębiorstw w budowaniu trwałych relacji z klientami. Ta książka jest doskonałym źródłem wiedzy dla menedżerów, specjalistów ds. obsługi klienta i wszystkich zainteresowanych podnoszeniem jakości relacji z klientami.

- Customer Success Management: Geschäftskunden dabei helfen, ihre Ziele zu erreichen (Management für Profis)
- ABIS_BUCH
- Weiß
- **temat:** Customer services, Occupational & industrial psychology, Sales & marketing, BUSINESS & ECONOMICS / Consumer Behavior, BUSINESS & ECONOMICS / Customer Relations, BUSINESS & ECONOMICS / E-Commerce / Digital Marketing, BUSINESS & ECONOMICS / E-Commerce / Online Trading, Business & Economics/Consumer Behavior - General, Business & Economics/Customer Relations, Business & Economics/E-Commerce - Online Trading, ANF: Business and Management, Arbeits-, Wirtschafts- und Organisationspsychologie, BUSINESS & ECONOMICS, BUSINESS & ECONOMICS / Consumer Behavior, BUSINESS & ECONOMICS / Customer Relations, BUSINESS & ECONOMICS / E-Commerce / Digital Marketing, BUSINESS & ECONOMICS / E-Commerce / Online Trading, Business, Business & Economics/Consumer Behavior - General, Business & Economics/Customer Relations, Business & Economics/E-Commerce - Online Trading, Business/Economics, Consumer Behavior, Consumer Behavior - General, Customer Relations, Customer Relationship Management, Customer experience, Customer relations - Management, Customer relationships, Customer satisfaction, Customer services, Customer success management, Customer success management; Customer success manager; Customer value; Customer relationships; Customer satisfaction; Customer experience; Value in use, Customer success management;Customer success

manager;Customer value;Customer relationships;Customer satisfaction;Customer experience;Value in use, Customer success manager, Customer success manager; customer value; customer relationships; Customer Satisfaction; Customer Experience; Value in use, Customer value, Digital Marketing, E-Commerce, E-Commerce - Online Trading, Economics, HC, HC/Wirtschaft/Werbung, Marketing, Hardcover, Softcover, Hardcover, Softcover / Wirtschaft/Werbung, Marketing, Kundendienst, Management, Non-Fiction, Occupational & industrial psychology, Occupational and industrial psychology, Online Trading, Online marketing, Online marketing / Social media marketing, Online-Marketing, Online-Marketing / Social Media Marketing, Sales & marketing, Social Media Marketing, Success in business, TEXT, Value in use, Verstehen, Werbung, Marketing, Wirtschaft, Arbeits-, Wirtschafts- und Organisationspsychologie, Kundendienst, Occupational and industrial psychology, Online marketing, Online marketing / Social media marketing, Online-Marketing, Online-Marketing / Social Media Marketing, HC/Wirtschaft/Werbung, Marketing, Hardcover, Softcover / Wirtschaft/Werbung, Marketing

- **wiążący:** hardcover
- **język:** english, english, english
- **waga przedmiotu:** 340 grams
- **strony:** 112
- **słowo kluczowe tematu:** Customer success management; Customer success manager; Customer value; Customer relationships; Customer satisfaction; Customer experience; Value in use, Customer success management;Customer success manager;Customer value;Customer relationships;Customer satisfaction;Customer experience;Value in use, Customer success manager; customer value; customer relationships; Customer Satisfaction; Customer Experience; Value in use
- **marka:** Springer
- **kod unspsc:** 55101500
- **kod podmiotu:** BUS016000, BUS018000, BUS090010, BUS090030, BUS016000, BUS018000, BUS090030, 1785, 1785, JMJ, KJSU, JMJ, KJSG, KJSG, KJSG, KJSG, KJSU, JMJ, KJS
- **grupa docelowa:** General/trade
- **numer części:** 9783031261770
- **kolor:** White
- **waga opakowania przedmiotu:** 0.35 kilograms
- **wydanie:** 2023
- **zewnętrznie przypisany identyfikator produktu:** 3031261771, 9783031261770, 09783031261770
- **producent:** Springer
- **tytuł serii:** Management for Professionals
- **autor:** Kleinaltenkamp, Michael, Prohl-Schwenke, Katharina, Elgeti, Laura
- **gatunek muzyczny:** Customer services, Sales & marketing, Occupational & industrial psychology, BUSINESS & ECONOMICS, Customer Relations, BUSINESS & ECONOMICS, E-Commerce, Digital Marketing, BUSINESS & ECONOMICS, Consumer Behavior, HC, Wirtschaft, Werbung, Marketing, Customer services, Online marketing, Occupational and industrial psychology
- **Data publikacji:** 2023-03-12T00:00:01Z
- **cena katalogowa uvp:** 106.99
- **numer wydania:** 1
- **nazwa przedmiotu:** Customer Success Management: Helping Business Customers Achieve Their Goals (Management for Professionals)
- **data premiery:** 2023-03-12T00:00:01Z
- **data uruchomienia strony produktu:** 2022-12-28T03:53:52.552Z

Parametry

Autor	Kleinaltenkamp, Michael; Prohl-Schwenke, Katharina; Elgeti, Laura
Rok wydania	2023
Rodzaj oprawy	twarda

Wydawca	Springer
Liczba stron	112