

Promocja z wykorzystaniem mechanizmu rekomendacji (ujecie wartosci klienta)

Wstęp4

Rozdział 1

Wartość klienta

1.1 Klient głównym kapitałem firmy..... 6

1.2 Korzysci z relacji z klientem12

1.3 Wartość rekomendacji klienta17

Rozdział 2

Marketing rekomendacji

2.1 Mechanizmy rekomendacji i ich zastosowanie..... 20

2.2 Wykorzystanie rekomendacji pozytywnych21

2.2.1 Marketing szeptany22

2.2.2 Marketing wirusowy24

2.3 Rekomendacje negatywne26

2.3.1 Skargi i reklamacje27

2.3.2 Negatywne opinie31

Rozdział 3

Metodologiczne założenia badań własnych

3.1 Przedmiot i cel badań33

3.2 Problemy i hipotezy badawcze..... 34

3.3 Zmienne i wskaźniki36

3.4 Metody i techniki badawcze..... 37

3.5 Organizacja i przebieg badań40

3.6 Analiza wyników badań41

3.7 Weryfikacja hipotez badawczych	55
--	----

Rozdział 4

'Polec nas znajomemu' czyli wybrane działania przedsiębiorstw wywołujące rekomendacje

4.1 Alior Bank	57
4.2 Bank Zachodni WBK	60
4.3 Telefonía komórkowa Play	63

Zakończenie	67
--------------------------	-----------

Bibliografia	68
---------------------------	-----------

Spis schematów, tabel, wykresów.....	73
---	-----------

Załącznik.....	74
-----------------------	-----------