

System lojalnościowy w procesie zarządzania.

Rozdział I

Strategia lojalności klienta.

- 1. Lojalności klienta3
 - 1.1. Istota i znaczenie procesu utrzymania dotychczasowych klientów..... 3
 - 1.2. Korzyści stałych relacji z kluczowymi klientami5
- 2. Systemy lojalnościowe8
 - 2.1. Programy lojalnościowe i ich wpływ na zysk przedsiębiorstwa.....8
 - 2.2. Ewolucja programów lojalnościowych w Polsce14
 - 2.3. Rodzaje programów lojalnościowych.....15
 - 2.4. Rola programów lojalnościowych w pozyskaniu klientów.....17
 - 2.5. Prawdziwa wartość programów lojalnościowych19
 - 2.6. Istota CRM (Customer Relationship Management) w zarządzaniu kontaktami z klientami21

Bibliografia 25