

Ευχαριστίες 11

ΜΕΡΟΣ Ι

Τρόποι κατανόησης των σχέσεων 13

1 Η ουσία της σχέσης 15
Kwik-Fit 21

2 Επιχειρηματικές προκλήσεις, σχέσεις με τους πελάτες; . . . 25
Recreational Equipment Inc. 46

3 Νέες σχέσεις - κρυμμένα κόστη 50
Boo.com 61

4 Υπάρχοντες πελάτες - κρυμμένη αξία 64
Swissair 84

ΜΕΡΟΣ ΙΙ

Προετοιμασία της σχέσης 87

5 Έτοιμοι για τους πελάτες 89
Weetabix 113

6 Επιλογή πελατών 117
Rockwell Automation 139

ΜΕΡΟΣ ΙΙΙ

Υλοποίηση της σχέσης 143

7 Πάντα, όχι κάπου κάπου 145
Parygus 161

8 Η εμπιστοσύνη είναι το παν 165
Food Inc. 179

9 Πώς θα καταλήξετε να γνωρίζετε τους πελάτες σας 182
Smarterkids.com 199

10	Εύκολη πρόσβαση	202
	<i>Southwest Airlines</i>	211
11	Διαχείριση χρόνου για τους πελάτες	214
	<i>Marriott International</i>	237
12	Να κρατάτε τους πελάτες σας ενήμερους	240
	<i>Rockwell Automation</i>	260
13	Πώς ανταμείβεται η αφοσίωση	264
	<i>Marriott International</i>	275
14	Πλήρης επιβεβαίωση	278
	<i>Horlicks India</i>	289

ΜΕΡΟΣ IV

	Αποτίμηση της σχέσης	293
15	Μέτρηση των σχέσεων με τους πελάτες	295
	<i>Motor Neurone Disease Association</i>	309
16	Οικοδόμηση φραγμών εξόδου	312
	<i>Ashridge Management College</i>	326
17	Σχέσεις που αποτυγχάνουν	329
	<i>Singapore Services</i>	344
18	Αμοιβαίο συμφέρον	348
	<i>DSM Polypropylene</i>	358