

- | | |
|-------------------------|---|
| 1. Record Nr. | UNICAMPANIASUN0031114 |
| Autore | Cover, Robert |
| Titolo | Narrative, violence, and the law : the essays of Robert Cover ; edited by Martha Minow, Michael Ryan and Austin Sarat |
| Pubbl/distr/stampa | Ann Arbor : The University of Michigan press, c1995 |
| ISBN | 04-7209-495-5 |
| Descrizione fisica | XII, 292 p. ; 24 cm. |
| Soggetti | Diritti umani
Legge giudaica |
| Lingua di pubblicazione | Inglese |
| Formato | Materiale a stampa |
| Livello bibliografico | Monografia |
| 2. Record Nr. | UNINA9910812996103321 |
| Autore | Ledent Philippe |
| Titolo | Professionnels du chiffre : marketing et relations clients 2.0 // Philippe Ledent |
| Pubbl/distr/stampa | Belgique : , : Edipro, , [2014]
©2014 |
| ISBN | 2-511-01734-2 |
| Descrizione fisica | 1 online resource (178 p.) |
| Disciplina | 658.827 |
| Soggetti | Brand name products - Management |
| Lingua di pubblicazione | Francese |
| Formato | Materiale a stampa |
| Livello bibliografico | Monografia |
| Note generali | Description based upon print version of record. |
| Nota di contenuto | 3.4. Et votre e-reputation ? Chapitre 4 : La dimension strategique du marketing des professions economiques; 4.1. Preambule; 4.2. L'etude de marche; 4.3. Analyser sa structure par la methode SWOT; 4.4. La segmentation; 4.5. Choisir sa cible; 4.6. Positionner son offre; Partie 3. |

Relations clients 2.0 ou nouveaux paradigmes : les nouvelles technologies, l'internet mobile et les medias sociaux !; Chapitre 5 : Les 7 leviers du marketing des professions economiques; 5.1. Preambule : la partie non visible et la partie visible des services
5.2. Le produit ou comment identifier les services proposes par mon cabinet ?5.3. Le prix; 5.4. La promotion et le P.A.C.; 5.5. La distribution et par extension le reseau; 5.6. L'environnement physique (Physical Evidence); 5.7. Le processus (Process); 5.8. Les personnes (People);
Chapitre 6 : La qualite comme outil marketing !; 6.1. Introduction; 6.2. Facteurs influencant le client face aux risques; 6.3. Les outils d'affirmation de la qualite; 6.4. Les deux grandes causes d'insatisfactions client; Conclusion; Annexe 1 : Elevator Pitch : une presentation claire et sans faute
Dans la meme collectionCopyright
