

Obsah

Předmluva	7
1. Nové tržní prostředí.....	9
2. Budování vztahů se zákazníky	33
3. Vytváření hodnoty vnímané zákazníkem	54
4. Řízení dodavatelsko-odběratelského řetězce	78
5. Čas jako konkurenční faktor	101
6. Globální obsluha zákazníka.....	126
7. Řízení marketingové logistiky	146
Věcný rejstřík.....	165