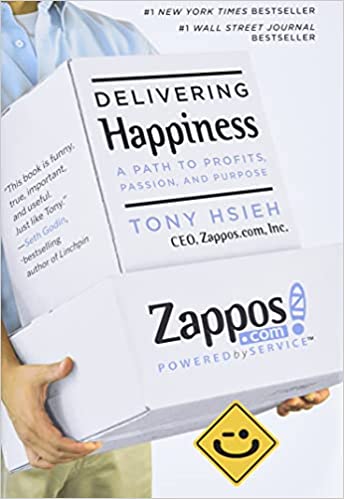
**重 印 经 典 推 荐**

**原版出版记录**

**英文书名：DELIVERING HAPPINESS: A Path to Profits, Passion, and Purpose**

**作 者：Tony Hsieh**

**出 版 社：Grand Central Publishing**

**代理公司：Grand Central /ANA/ Claire Qiao**

**页 数：253页**

**出版时间：2010年6月**

**代理地区：中国大陆、台湾地区**

**审读资料：电子稿**

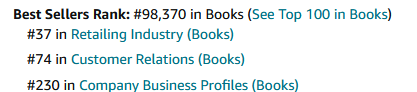
**类 型：经管**

**授权信息：简体中文版2015年授权，版权已回归**

**豆瓣链接：https://book.douban.com/subject/27016301/**

**亚马逊排名：**

C:\Users\hu\AppData\Local\Temp\1639560967(1).png



**中简本出版记录**

**书 名：回头客战略：交易额越高，流量成本越低的经营模式**

**作 者：[美] 谢家华**

**出版社：文汇出版社**

**译 者：谢传刚   
出版年：2017年5月  
页 数：272页**

**定 价：49元**

**装 帧：平装**

**内容简介：**

回头客产生的交易额是新客户的15倍，但维护成本仅是新客户的1/6，而且交易额越高，流量成本越低。

1999年，美捷步（Zappos）成立，年销售额超过10亿美元，占全美鞋类的1/4，成为全球最大的卖鞋网店。在美捷步，每100位顾客中有75位愿意第二次购买，回头客在其经营战略中的作用至关重要。

美捷步通过提升客户服务来增加回头客。客户买一双鞋，他们送五双鞋试穿，而且365天免费退换货；仓库一天24小时、一周7天运作，为的是让客户尽早收到货；客服电话也是任何时候都可以接听，甚至可以帮客户点外卖。就连贝佐斯都说，美捷步的客户服务，没有人赶得上。

美捷步创始人谢家华，在其自述《回头客战略》一书中公开了美捷步的回头客战略，讲述了美捷步如何通过提高客户服务和体验，让回头客的口碑为企业免费宣传。

翻开本书，学习美捷步的回头客战略，掌握“交易额越高，流量成本越低”的经营模式。

**作者简介：**

**谢家华（Tony Hsieh）**，硅谷传奇华裔企业家。24岁，微软以2.65亿美元收购他创办的链接交换公司；25岁，作为顾问及投资人，成立了美捷步（Zappos）卖鞋网站；26岁，成为美捷步的首席执行官；35岁，带领美捷步以年销10亿美元的骄人业绩横扫美国电子商务领域；美捷步荣登《财富》杂志 “最佳雇主”排行榜新上榜公司第1名；以10亿美元身家登上《财富》杂志“40岁以下亿万富豪榜”，排名第27位；38岁，与朋友共同投资3.5亿美元，启动一个振兴赌城拉斯维加斯的计划；39岁，率领美捷步迁入拉斯维加斯原市政中心；40岁，彻底改变美捷步的管理方式为“合弄制”。

**目录：**

推荐序 分享幸福 / 001

译者序 传递幸福 / 005

自 序 寻找幸福 / 013

引 言 追逐梦想 / 017

上 篇 利润

1 寻求利润 / 021

我总是幻想着我能赚很多钱，因为对我来说，金钱意味着以后我可以自由地去做任何我想做的事情。在未来的某一天创业并拥有属于自己公司的想法也意味着，我可以按自己的方式过创造性的生活。

2 有得必有失 / 043

我觉得我们都被社会和文化轻易地洗脑了，我们停止思考，错误地认为金钱代表着成功和幸福。其实，能够享受人生才是真正的幸福。  
3 多元化 / 064

在商场上，对于一个创业者或者首席执行官来说，最重要的决策就是一开始决定涉足何种商业领域。如果进入了一个错误的行业，或者这个行业市场太小，那么无论把它发展得多么完美，都不能改变大局。

中 篇 利润与激情

4 集中火力 / 099

我们在过去的4 年里经历了很多，不过未来的路同样激动人心。随着我们的成长，要面临的变化还有很多，但是有一件事是恒定不变的，就是我们不断提升客户服务质量的那份坚持。  
5 成长的平台：品牌、文化、培训 / 132

这些年来，促进美捷步发展的最大推动力是回头客和口碑。我们的经营哲学就是把本应投到广告上的资金运用到提高客户服务和顾客体验上，让顾客的口碑为我们做宣传。  
下 篇 利润、激情和使命

6 更上一层楼 / 207

我们每天不断地听到人们提到，美捷步激发他们用不同的方法去经营公司，不一定要成为美捷步，而是给他们展示了一个真实的例子，如何去经营一家以价值观为基础的公司，同时还关注每个人的幸福。这确实是可能的，人们看到这并不只是理论，而是一种结合利润、激情和使命的方法。

7 最终使命 / 229

我希望这本书不仅仅能给你带来幸福，也能让你带给他人更多幸福。如果幸福是每个人的终极使命，那么如果我们可以改变世界并让每一个人和每一个企业在追求幸福的情境和框架中思考不是更好吗？

后 记 追求幸福 / 243

译后记 奉上幸福 / 245

附 录 在线资源 / 255

**谢谢您的阅读！**

**请将反馈信息发至： 乔明睿（Claire）**

**安德鲁﹒纳伯格联合国际有限公司北京代表处**北京市海淀区中关村大街甲59号中国人民大学文化大厦1705室, 邮编：100872  
电话：010-82449026

传真：010-82504200

手机：15804055576

Email: [Claire@nurnberg.com.cn](mailto:Claire@nurnberg.com.cn)

网址：[www.nurnberg.com.cn](http://www.nurnberg.com.cn/)

微博：<http://weibo.com/nurnberg>

豆瓣小站：<http://site.douban.com/110577/>

微信订阅号：ANABJ2002