

<<客户关系管理>>

图书基本信息

书名：<<客户关系管理>>

13位ISBN编号：9787040164749

10位ISBN编号：7040164744

出版时间：2006-1

出版时间：高等教育出版社

作者：汤兵勇

页数：146

字数：170000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<客户关系管理>>

内容概要

本书是高等职业教育技能型紧缺人才培养培训工程系列教材之一。

全书主要包括：客户关系管理综述、客户关系管理系统介绍、客户关系管理系统的分类、呼叫中心、客户关系管理的实施、客户关系管理的商业价值分析、客户关系管理中的数据仓库与数据挖掘等。

本书可作为高等职业院校、高等专科学校、成人高校、民办高校及本科院校举办的二级职业技术学院电子商务专业及相关专业的教学用书，也适用于五年制高职、中职相关专业师生使用，并可作为社会从业人士的业务参考书及培训用书。

<<客户关系管理>>

书籍目录

第一章 客户关系管理综述 第一节 客户关系管理的定义及本质 第二节 客户关系管理产生的背景与发展历史 第三节 客户关系管理的作用与企业文化 第四节 客户关系管理与电子商务 第五节 客户关系管理与企业资源计划第二章 客户关系管理系统介绍 第一节 客户关系管理系统的核心和一般模型 第二节 客户关系管理系统的功能介绍第三章 客户关系管理系统的分类 第一节 运营型客户关系管理系统 第二节 分析型客户关系管理系统 第三节 各种客户关系管理系统之间的关系第四章 呼叫中心 第一节 呼叫中心的概况 第二节 呼叫中心的基本功能与实现方法 第三节 呼叫中心的技术结构 第四节 呼叫中心的应用实例第五章 客户关系管理的实施 第一节 客户关系管理实施的方法论 第二节 五阶段、六阶段实施方法 第三节 几阶段实施方法 第四节 客户关系管理的成败分析第六章 客户关系管理的商业价值分析 第一节 客户终生价值 第二节 客户的生命周期 第三节 客户维系策略第七章 客户关系管理中的数据仓库与数据挖掘 第一节 客户关系管理与数据仓库 第二节 客户关系管理与数据挖掘 第三节 应用案例第八章 综合案例分析参考文献

<<客户关系管理>>

章节摘录

第一章 客户关系管理综述 第三节 客户关系管理的作用与企业文化 一、客户关系管理的作用 CRM的基本功能包括了客户管理、时间管理、联系人管理、销售管理、潜在客户管理、电话销售、电话营销、营销管理、客户服务,有的还涉及呼叫中心、合作伙伴关系管理、商业智能、知识管理、电子商务等。

虽然CRM的功能涵盖了以上的方方面面,但是CRM不能“包治百病”。

CRM可能成为企业转变的最好突破口,其根本的作用就是为了提高客户满意度,通过提高客户满意度的目标整合企业内部的经营要素,使原本各自为战的销售人员、市场推广人员、电话服务人员、售后维修人员等真正地协调与合作,更合理地利用以客户资源为主的企业外部资源。

它的实施可通过加快信息的流动有效地降低成本,为企业新增价值。

只要涉及企业和客户之间的信息交换,就应该运用CRM,但CRM也不是万能的,超出这个范围的管理问题,比如设计、研发、物流管理和财务管理等,不能完全由CRM来改善。

CRM的具体作用如下: (一)提高市场营销效果 企业通过CRM的营销模块,对市场营销活动加以计划、执行、监视、分析。

通过调用企业外部的电信、媒体、中介机构、政府等资源,与客户发生关联。

同时通过CRM的销售模块,提高企业自身销售过程的自动化,随着企业的网络化发展,订单处理和信息传递都会通过网络进行。

通过CRM的前端销售功能模块,完成与后端ERP的整合,协调企业其他经营要素,在企业内部达到资源共享,以提高企业销售部门的整体反应能力和事务处理能力,强化销售效果,从而为客户提供更快速、周到的优质服务,吸引和保持更多的客户。

(二)为生产、研发提供决策支持 CRM的成功在于数据仓库和数据挖掘。

企业通过CRM软件所搜集的资料了解企业客户,发现具有普遍意义的客户需求,合理分析客户的个性需求,从而挖掘具有市场需求而企业未提供的产品品种、产品功能,以及高附加价值的深加工信息,并通过对原料供应、社区环保、金融贸易政策等各项资源的收集分析,结合盈利模型测算,在生产、研发环节为企业确定产品品种、产品功能及性能、产品产量等提供决策支持。

.....

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>