第一图书网, tushu007.com

<<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：9787122121257

10位ISBN编号：7122121259

出版时间：2011-6

出版时间：化学工业出版社

作者：李季

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

内容概要

《客户关系管理》随着客户中心时代的来临，企业越来越重视与客户的关系，客户关系管理应运而生。
《客户关系管理》分上、中、下三篇全面阐述了客户关系管理的三层含义。
上篇客户关系管理原理，主要介绍客户关系管理的产生、发展、内涵及其与其他相关营销理念的关系，以及客户满意、客户忠诚、客户价值等基本概念。
中篇客户关系管理过程，主要阐述企业进行客户关系管理的具体方法和策略，包括如何选择和获取客户，如何保持和提升客户价值，如何防止客户流失或赢回流失客户以及如何对客户关系管理进行绩效评价。
下篇客户关系管理技术，主要介绍企业在客户关系管理过程中所使用的相关技术，包括客户数据管理技术、销售自动化与营销自动化技术、呼叫中心技术以及客户关系管理软件等。

《客户关系管理》可以作为国内高等院校市场营销专业及其他经济管理类本科生、研究生和MBA学生的教科书，也可以供企业的客户关系管理人员参考使用。

<<客户关系管理>>

书籍目录

上篇 客户关系管理原理
第一章 客户关系管理概述
第一节 客户关系管理的产生和发展
第二节 客户关系管理的内涵
第三节 与客户关系管理相关的其他营销理念
综合案例迪克连锁超市的客户关系管理
思考题
第二章 客户满意与客户忠诚
第一节 客户满意
第二节 客户忠诚
第三节 客户满意与客户忠诚之间的关系
综合案例“客户忠诚方案”：德士高的俱乐部卡
思考题
第三章 客户价值管理
第一节 客户价值的概念
第二节 客户价值的评价
第三节 客户价值管理的意义
综合案例大客户策略：华为成功之道
思考题 49中篇客户关系管理过程
中篇 客户关系管理过程
第四章 客户选择和获取
第一节 分析目标客户
第二节 选择潜在客户
第三节 获取潜在客户
综合案例麦德龙的目标客户界定和分析
思考题
第五章 客户保持和价值提升
第一节 保持客户
第二节 提升客户价值
综合案例点滴关爱，尽在惠氏
思考题
第六章 客户流失与赢回
第一节 客户流失的原因
第二节 客户流失预警
第三节 流失客户的赢回
综合案例南方贝尔移动公司的客户赢回策略
思考题
第七章 客户关系管理绩效管理
第一节 CRM绩效管理的内容
第二节 CRM绩效测评的方法和关键维度
第三节 客户忠诚度与满意度的测量
第四节 CRM的内部运行绩效评价
第五节 CRM投资回报分析
综合案例一家航空公司改进客户服务后的投资回报率
思考题 121下篇客户关系管理技术

下篇 客户关系管理技术
第八章 客户数据管理
第一节 客户数据的收集
第二节 数据的存储
第三节 数据挖掘
第四节 客户隐私的保护
综合案例Yapi Kredi?数据挖掘辅助交叉销售
思考题
第九章 营销自动化和销售自动化
第一节 CRM的营销自动化
第二节 CRM的销售自动化
综合案例Turbo CRM助力中国平安保险客户管理业务
思考题
第十章 客户服务与支持中心
第一节 CRM中客户服务与支持系统
第二节 呼叫中心概述
第三节 呼叫中心的技术结构
第四节 呼叫中心的地位和作用
第五节 呼叫中心的建设与管理
综合案例中外运敦豪“ 中国最佳呼叫中心 ”
思考题
第十一章 客户关系管理系统与应用
第一节 CRM软件系统概述
第二节 CRM软件的构成及功能
第三节 CRM系统的实施
综合案例某生物公司客户关系管理软件的应用
思考题
参考文献

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