第一图书网, tushu007.com

<<客户价值驱动的客户关系管理及其>>

图书基本信息

书名：<<客户价值驱动的客户关系管理及其有效性测评>>

13位ISBN编号：9787504740427

10位ISBN编号：750474042X

出版时间：2011-11

出版时间：中国物资出版社

作者：孟庆良

页数：190

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

孟庆良的这本《客户价值驱动的客户关系管理及其有效性测评》通过分析客户消费行为的新特征及客户角色的演进过程、企业CRM实践的失败原因，结合客户价值与企业竞争优势理论，梳理了客户关系管理与客户价值的相关研究文献，提出了研究客户价值驱动的客户关系管理的必要性和可行性，通过界定客户价值的内涵和关键维度，分析了客户价值驱动CRM战略的机理，建立了客户价值驱动CRM战略构建的准则，从而构建了客户价值驱动的CRM战略模型。

第一图书网, tushu007.com

<<客户价值驱动的客户关系管理及其>>

书籍目录

1 绪论
1.1 问题的提出
1.2 国内外相关研究文献综述
1.3 研究内容、技术路线及本书结构
2 客户价值驱动的CRM战略模型的构建
2.1 引言
2.2 客户价值的合理内涵及其关键维度
2.3 客户价值驱动的CRM战略模型的构建
2.4 客户价值驱动的CRM战略的主要特征
2.5 本章小结
3 电子商务模式下客户价值的探测模型及应用
3.1 引言
3.2 服务质量缺口模型的启示
3.3 传统模式下的客户价值探测模型
3.4 客户价值探测模型的构建
3.5 基于客户价值探测模型的客户价值主张量化与确立
3.6 本章小结
4 面向客户资产的客户细分模型构建及其应用
4.1 引言
4.2 客户细分的内涵及当前的细分方法
4.3 客户资产贡献的构成
4.4 客户资产的三维贡献度量方法
4.5 实证研究
4.6 本章小结
5 关键客户的识别及企业供应能力的动态分配
5.1 引言
5.2 支持客户识别的客户过滤器模型的构建
5.3 客户评价指标体系的构建
5.4 BP神经网络评价方法
5.5 基于客户绩效的企业供应能力动态分配的决策模型
5.6 徐工集团营销公司售后服务供应能力的动态分配
5.7 本章小结
6 客户关系管理投入时变决策模型研究
6.1 引言
6.2 关系承诺概念的界定及其驱动因素
6.3 客户关系管理投入决策模型的描述及构建
6.4 模型求解
6.5 灵敏度分析
6.6 企业CRM实践的管理启示
6.7 本章小结
7 客户价值驱动的客户知识获取及运用
7.1 引言
7.2 客户价值驱动的客户知识管理框架
7.3 客户隐性知识的关键特性
7.4 Kano模型的基本原理及用于客户知识获取的优势

7.5 基于Kano模型的客户知识获取过程
7.6 基于Kano模型的客户知识获取及运用案例
7.7 分析型Kano模型的设计
7.8 基于分析型Kano模型的质量属性决策过程
7.9 基于分析型Kano模型的客户知识获取及应用案例
7.10 本章小结
8 客户价值驱动的CRM有效性测评研究
8.1 引言
8.2 CRM有效性及前人的研究方法分析
8.3 BSC是评价CRM有效性的适合工具
8.4 基于BSC的CRM有效性评价模型
8.5 徐工集团营销公司的CRM有效性评价
8.6 本章小结
9 本书的主要结论及创新之处
9.1 主要结论
9.2 创新之处
9.3 未来展望
参考文献
附录A：程序源代码
附录B：调查问卷1
附录C：调查问卷2
后记

第一图书网, tushu007.com

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