

<<电子商务客户关系管理>>

图书基本信息

书名：<<电子商务客户关系管理>>

13位ISBN编号：9787113138851

10位ISBN编号：7113138853

出版时间：2011-12

出版时间：汪楠、李佳洋 中国铁道出版社 (2011-12出版)

作者：汪楠 等著

页数：237

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>

<<电子商务客户关系管理>>

内容概要

《“十二五”高等学校电子商务专业规划教材：电子商务客户关系管理》系统地阐述了电子商务客户关系管理的基本概念和基本理论，从核心内容角度阐述了电子商务客户信息管理、电子商务客户满意管理、电子商务客户忠诚管理、电子商务客户服务管理的内容和实施方式；从实践角度分析了电子商务客户关系管理系统的构建和电子商务客户呼叫中心的建设；从企业应用角度阐述了CRM、ERP、SCM三者的集成技术。

本书内容翔实、结构合理，注重理论与实践相结合，并配有生动的案例，有助于读者对知识的理解。

《“十二五”高等学校电子商务专业规划教材：电子商务客户关系管理》既可作为高等学校电子商务、市场营销、企业管理等专业本科生的教材，也可作为从事电子商务相关研究的工作人员的参考书。

<<电子商务客户关系管理>>

书籍目录

第1章 电子商务客户关系管理概述 引言 1.1 客户关系管理的基础 1.1.1 客户关系管理的定义 1.1.2 客户关系管理的作用 1.1.3 客户价值 1.1.4 客户服务 1.1.5 客户保持 1.2 电子商务环境客户特征 1.2.1 电子商务环境特点 1.2.2 电子商务环境下客户心理特征 1.3 电子商务客户关系管理 1.3.1 电子商务客户关系管理的特点 1.3.2 电子商务客户关系管理的内容 1.4 典型案例分析 案例分析 本章小结 本章习题 第2章 电子商务客户信息管理 引言 2.1 客户信息管理基本概念 2.1.1 客户信息 2.1.2 客户信息管理的内容 2.2 电子商务客户信息收集 2.2.1 电子商务客户信息收集的途径 2.2.2 电子商务客户信息收集的方法 2.3 建立客户资料库 2.3.1 运用客户数据库管理客户信息 2.3.2 建立客户资料库 2.4 电子商务客户信息整理 2.4.1 电子商务客户信息整理的必要性 2.4.2 电子商务客户信息整理的步骤 2.5 电子商务客户信息分析 2.5.1 客户信息分析的意义 2.5.2 电子商务客户信息分析的内容及方法 2.6 电子商务客户信息安全管理 2.6.1 电子商务客户信息安全风险 2.6.2 电子商务客户信息安全措施 2.7 典型案例分析 案例分析 本章小结 本章习题 第3章 电子商务客户满意度管理 引言 3.1 客户满意 3.1.1 客户满意的定义 3.1.2 客户满意的重要性 3.1.3 客户满意的分类 3.1.4 电子商务客户满意的影响因素 3.2 电子商务客户满意度的衡量 3.2.1 客户满意度衡量的意义 3.2.2 电子商务客户满意度衡量的指标体系 3.2.3 电子商务客户满意度衡量方法 3.3 提升电子商务客户满意度的方法 3.3.1 把握客户期望 3.3.2 提高客户感知价值 3.4 典型案例分析 案例分析 本章小结 本章习题 第4章 电子商务客户忠诚度管理 引言 4.1 电子商务客户忠诚 4.1.1 客户忠诚的含义 4.1.2 客户忠诚的重要性 4.1.3 电子商务客户忠诚的分类 4.1.4 电子商务客户满意与客户忠诚 4.2 电子商务客户忠诚的衡量 4.2.1 电子商务客户忠诚的影响因素 4.2.2 电子商务客户忠诚度评价指标 4.3 建立和提高电子商务客户忠诚度 4.3.1 建立电子商务客户忠诚 4.3.2 提高电子商务客户忠诚的策略 4.3.3 客户忠诚计划 4.4 典型案例分析 案例分析 本章小结 本章习题 第5章 电子商务客户服务管理 引言 5.1 电子商务客户服务管理规划 5.1.1 电子商务客户服务 5.1.2 电子商务客户服务环境分析 5.1.3 电子商务客户服务的流程 5.2 电子商务客户服务管理的内容 5.2.1 售前客户服务策略 5.2.2 售中客户服务策略 5.2.3 售后客户服务策略 5.2.4 客户投诉处理策略 5.3 客服人员管理 5.3.1 客服团队的组织与设计 5.3.2 客服人员的素质要求 5.3.3 发挥客服人员的潜力 5.4 大客户管理 5.4.1 客户的分级 5.4.2 大客户管理的意义 5.4.3 大客户管理 5.5 网络客户服务的方法与技巧 5.5.1 网络客户服务礼仪 5.5.2 网络客户服务沟通技巧 5.5.3 处理投诉技巧 5.6 典型案例分析 案例分析 本章小结 本章习题 第6章 电子商务客户关系管理系统 引言 6.1 电子商务客户关系管理系统体系 6.1.1 客户关系管理系统的组成及分类 6.1.2 电子商务客户关系管理系统的体系结构 6.1.3 电子商务客户关系管理系统的影响因素 6.2 应用服务托管型CRM 6.2.1 应用服务托管(ASP) 6.2.2 托管型CRM 6.3 客户智能 6.3.1 商务智能 6.3.2 客户智能理论 6.4 典型案例分析 案例分析 本章小结 本章习题 第7章 电子商务客户呼叫中心 引言 7.1 呼叫中心概述 7.1.1 呼叫中心的定义 7.1.2 呼叫中心的发展历程 7.1.3 呼叫中心的分类 7.2 呼叫中心的建立 7.2.1 呼叫中心的实施阶段 7.2.2 呼叫中心的组件 7.2.3 呼叫中心的工作流程 7.3 呼叫中心是CRM系统的重要组件 7.3.1 呼叫中心的价值 7.3.2 呼叫中心对客户关系管理的支撑 7.3.3 智能化呼叫中心 7.4 典型案例分析 案例分析 本章小结 本章习题 第8章 电子商务客户关系管理系统与企业信息化集成 参考文献

<<电子商务客户关系管理>>

章节摘录

<<电子商务客户关系管理>>

编辑推荐

《"十二五"高等学校电子商务专业规划教材:电子商务客户关系管理》既可作为高等学校电子商务、市场营销、企业管理等专业本科生的教材,也可作为从事电子商务相关研究的工作人员的参考书。

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>