

<<汽车行业客户关系管理系统>>

图书基本信息

书名：<<汽车行业客户关系管理系统>>

13位ISBN编号：9787121051302

10位ISBN编号：7121051303

出版时间：2007-1

出版时间：电子工业

作者：彭俊松

页数：319

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>

<<汽车行业客户关系管理系统>>

内容概要

本书是国内第一本专门研究和介绍汽车行业客户关系管理（CRM）理论及其信息系统的专著。书中通过介绍行业中的大量案例（通用、沃豪、萨博、丰田、雷克萨斯、戴姆勒-克莱斯勒、福特、宝马、雷诺卡车、大众、标致-雪铁龙、三菱、马自达、长安等），主要从整车厂的角度，同时也兼顾经销商的需要，围绕着战略管理、基本理论、技术实现和信息系统四个方面，详细地介绍了汽车行业客户关系管理的思想、理论、技术和实现，并对市场上一些具有代表性的CRM软件（Oracle旗下的Siebel CRM、ESB CRM、PeopleSoft CRM，以及SAP CRM等）进行了介绍。

<<汽车行业客户关系管理系统>>

作者简介

彭俊松，1997年获西安交通大学机械工程博士学位，1998年复旦大学管理学院管理信息系统专业博士后，2000年上海汽车工业集团 - 复旦大学联合企业博士后，是中国汽车行业的第一位企业博士后。

近年来，一进从事汽车行业的信息化工作，曾先后参与国内多个汽车企业的大型信息化项目，主要专注的领域包括整车厂和配套石的制造资源管理、供应链管理、产品数据管理、汽车销售与今后市场的客户关系管理和经销商量等等，已经在学术杂志和行业期刊上发表论文30余篇。

现为中国惠普有限公司汽车行业解决方案经理、高级咨询顾问。

<<汽车行业客户关系管理系统>>

书籍目录

导读一、汽车工业正处于向以客户为中心转移的变革阶段二、以客户为中心的业务模式可以给企业带来巨大的效益三、章节概要第一部分 战略篇——汽车行业客户关系管理的战略和实施第1章 汽车行业从以产品为中心向以客户为中心转变1.1 本章导读1.2 被日渐抛弃的以产品为中心的业务模式1.3 以销售和利润为中心的业务模式1.3.1 在市场和销售上的高成本、低绩效1.3.2 厂家、经销商、客户之间割裂的关系1.4 日益得到重视的以客户为中心的业务模式1.4.1 客户生命周期管理1.4.2 整车生命周期管理1.5 在汽车行业实施CRM和vCRM的收益1.5.1 实施CRM和vCRM的收益1.5.2 一些来自厂家的CRM效益分析【案例1】雷克萨斯汽车(美国)：以客户为中心建立销售和服务体系第2章 汽车厂家客户管理流程和CRM的实施2.1 本章导读2.2 建立客户驱动的企业生态系统2.3 汽车行业CRM的业务蓝图2.3.1 接触点管理2.3.2 市场管理2.3.3 销售管理2.3.4 售后服务管理2.3.5 渠道管理(经销商管理)2.3.6 汽车金融2.4 汽车厂家CRM的策略和阶段2.4.1 整车厂主导的CRM的实施策略2.4.2 整车厂主导的CRM的实施阶段2.4.3 汽车行业CRM的功能蓝图【案例2】沃豪汽车(英国)：通过CRM进行客户生命周期管理和在互联网上直接销售第二部分 理论篇——汽车行业客户关系管理的基本理论第3章 建立客户驱动型的汽车企业3.1 本章导读3.2 市场份额战略与客户份额战略3.2.1 市场份额战略3.2.2 客户份额战略3.3 客户管理的四个流程3.3.1 流程一：客户选择3.3.2 流程二：客户获取3.3.3 流程三：客户保留3.3.4 流程四：客户成长3.4 创建和管理客户关系的四个实施步骤3.4.1 步骤一：识别客户【案例3】美国汽车协会案例：管理流动客户的数据3.4.2 步骤二：根据客户价值和需求区别对待客户，改善客户体验3.4.3 步骤三：与客户互动，增加客户价值3.4.4 步骤四：通过大规模定制来建立相互依存型的关系【案例4】雷诺卡车(法国)：基于Oracle Siebel搭建以客户为中心的销售和售后平台第4章 汽车行业客户价值的衡量和管理第三部分 技术篇——汽车行业客户关系管理系统的实现蓝图第5章 通过CRM实现全方位的汽车客户接触点管理第6章 闭环协同的汽力行业CRM市场管理第7章 跨渠道集成的汽车行业CRM销售管理第8章 以客户和车辆为中心的售后服务管理第9章 将经销商纳入到厂家的CRM蓝图中第10章 最大化客户生命周期价值的汽车金融CRM第11章 面向分析和决策的汽车行业CRM第四部分 软件篇——整车厂主要使用的一些CRM系统第12章 整车厂主要使用的CRM软件介绍案例索引缩写参考文献后记

<<汽车行业客户关系管理系统>>

编辑推荐

《汽车行业客户关系管理系统：创建客户驱动的汽车企业》不仅可供整车厂、汽车销售和服务公司、汽车金融公司、汽车进口商和汽车经销商里从事销售、信贷、市场、售后服务和经销商管理工作的管理和业务人员阅读，以及作为从事相关信息化建设的人员的指导，同时对于从事汽车行业其他业务的专业人员也有着重要的参考价值。

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>