

<<CRM.32个关键点>>

图书基本信息

## <<CRM.32个关键点>>

### 内容概要

本书所提供的客户关系管理观点，我相信是过去长久以来一直被忽略的：如何运用客户关系管理来大幅改善公司的客户关系并提高品牌价值，同时也能降低风险并得到令人满意的投资回报率。这就像旧瓶装新酒一样，我们以新的方式来探究已被广为讨论的主题，而这种方式对于积极寻求“建立永续客户忠诚度”的任何公司来说，都会带来可观的价值。

## <<CRM.32个关键点>>

### 作者简介

约翰·弗里兰是埃森哲客户关系管理服务的管理合伙人，也是埃森哲执行委员会的委员之一。他是客户关系管理领域中颇负盛名的思想者和先驱者，指导公司如何建立有利的客户关系以及更佳的企业价值，并引领埃森哲客户关系管理事业在全球市场上不断成长。他在埃森哲超过二十载

## &lt;&lt;CRM.32个关键点&gt;&gt;

## 书籍目录

第1部分 CRM新使命 关键点1 CRM新使命 2第2部分 制定策略 关键点2 先定策略,再谈CRM 10 关键点3 客户策略:你想与谁接触 15 关键点4 品牌策略:为何品牌是下一代CRM的前沿 26 关键点5 渠道策略:为什么要避免渠道冲突 38 关键点6 CRM策略:创造客户体验的能力 48第3部分 发展客户深度洞察力 关键点7 深度洞察客户 58 关键点8 关键要素:以客户为中心 63 关键点9 分析基础:以客户为中心的3种方式 69 关键点10 沉默是金:静默商务的崛起 75 关键点11 资料之外:善用客户资源 83 关键点12 数据挖掘:一种整合的观点 90第4部分 重建客户联系 关键点13 让客户互动更有利可图 98 关键点14 将沟通艺术应用于客户接触 104 关键点15 合作:定制与个人化 111 关键点16 关系解套:无线通信如何改变客户接触 118 关键点17 调整目标:客户互动变革 128 关键点18 合作伙伴关系管理:延伸企业的新阶段 136 关键点19 重要任务工作团队:开发价值源泉 147 关键点20 信息流通:信息传递技术与客户服务 156 关键点21 服务管理:让贴牌生产商取得最佳收益 162第5部分 营销转型 关键点22 创造价值:严谨而有序 172 关键点23 市场无序:营销活动管理的现状 178 关键点24 未来的趋势:即时营销 191 关键点25 整合式营销:营销新模式 200 关键点26 从数字看营销:获得最佳的营销投资回报率 211 关键点27 营销资源管理案例 221第6部分 CRM实际演练 关键点28 电信业:面向未来重新定位 232 关键点29 政府部门:民之所欲,长存其心 241 关键点30 制造业:从关注产品到关注客户 251 关键点31 能源业:CRM成为竞争必备条件 261 关键点32 零售业:客户需求凸显CRM迫切性 270 词汇表 279

## <<CRM.32个关键点>>

### 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>