

<<客户关系管理理论与方法>>

图书基本信息

书名：<<客户关系管理理论与方法>>

13位ISBN编号：9787508440293

10位ISBN编号：7508440293

出版时间：2006-9

出版时间：水利水电

作者：齐佳音

页数：279

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>

<<客户关系管理理论与方法>>

内容概要

本书系“先进制造管理丛书”之一，全书共分8章，分别论述了客户关系管理的三个主题；即概念、方法、基础营销理论，技术与系统设计，以及企业实施。本书在论述这三个主题时，论点选取力求前沿，分析力求深入，理论力求有案例支持，因此，本书具有管理理念的前沿性、分析的透彻性和成果的实用性等特点。

本书可供下列人员阅读参考：电信、金融、证券、餐饮等服务性行业的中高层管理决策人员。市场部经理。客户服务部经理以及IT规划部经理；CRM软件设计人员；CRM管理咨询人员；大中专院校的研究人员、博士生和硕士生。

<<客户关系管理理论与方法>>

书籍目录

总序前言	第1章 客户关系管理综述	1.1 客户关系管理溯源	1.1.1 买方市场日益凸现,客户价值观念发生变化	1.1.2 市场环境变化引导企业转变管理观念	1.1.3 客户与公司的关系正在发生变化	1.1.4 以4P为核心的商业运作将以为以4P与4C相结合的新型运作模式所代替	1.1.5 市场扰动日益加剧	1.1.6 信息和通信技术的发展	1.1.7 从商品竞争到服务竞争的转变
	1.2 客户关系管理的概念	1.2.1 “客户”的界定	1.2.2 各方观点介绍	1.2.3 客户关系管理的概念	1.2.4 CRM系统介绍	1.2.5 CRM与ERP、SCM及BPR的关系	1.3 客户关系管理研究进展	1.3.1 国内外客户关系管理研究现状	1.3.2 客户关系管理研究的主要问题
	1.4 客户关系管理的国内外应用介绍	1.4.1 国外应用情况	1.4.2 国内应用情况	1.4.3 CRM系统的发展趋势	1.4.4 客户关系管理的产业前景.....	第2章 客户关系管理主题分析	2.1 客户满意管理	2.1.1 概述	2.1.2 满意模型
	2.1.3 管理应用	2.2 客户忠诚管理	2.2.1 概述	2.2.2 客户忠诚度指标体系	2.2.3 与客户忠诚有关的两个关系	2.2.4 管理应用	2.3 以客户为中心的企业战略	2.3.1 企业战略管理的演进	2.3.2 以客户为中心的企业战略管理
	2.4 并购企业客户资源整合管理	2.4.1 并购企业客户资源整合的必要性和可行性	2.4.2 并购企业客户资源的整合方法	2.4.3 客户资源整合实现策略	2.5 案例：某制药厂的客户满意工程	2.5.1 案例背景	2.5.2 目标体系的确立	2.5.3 “客户满意”工程支持体系	2.5.4 “客户满意”工程的组织保证体系
	2.5.5 “客户满意”工程的效果评价	第3章 客户全生命周期管理	3.1 客户全生命周期管理的定义	3.2 客户生命周期模式研究	3.2.1 建立典型的客户全生命周期曲线	3.2.2 客户全生命周期管理各阶段目标.....	第4章 客户全生命周期价值管理	第5章 客户保持管理	第6章 智能CRM技术
	第7章 客户需求快速响应实现原理	第8章 客户关系管理的企业实施	参考文献						

<<客户关系管理理论与方法>>

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>