

<<客户关系管理>>

图书基本信息

书名：<<客户关系管理>>

13位ISBN编号：9787111231448

10位ISBN编号：7111231449

出版时间：2008-1

出版时间：机械工业出版社

作者：张翔

页数：234

字数：213000

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>>

### 内容概要

21世纪是一个以客户为中心的时代。

本著作以作者近年在日本所进行的专题研究为基础，通过理论研究和国内外的企业实践案例相结合，梳理了客户关系管理产生的渊源，分析了以客户为中心的企业经营框架，探讨了运用客户关系管理的方法和技巧等。

这是一本对客户关系管理的理论研究和实践具有指导性的重要参考书。

本书适合广告业从业人员、科研人员及高校师生阅读参考。

书籍目录

第一章 客户关系管理的起源与发展 第一节 客户关系管理的起源与演变 第二节 客户关系管理的理念与流程 第三节 客户关系管理的目标与意义 第四节 客户关系管理的应用现状与发展趋势第二章 客户关系管理下的企业组织理论 第一节 客户关系管理与企业核心竞争力的构建 第二节 客户关系管理与企业资源规划第三章 客户关系管理下的客户价值理论 第一节 客户价值评估与客户细分理论 第二节 客户生命周期价值理论 第三节 客户价值升华的营销战略第四章 关系营销与客户关系管理 第一节 关系营销让“大众”更大众 第二节 理论探讨与分析 第三节 解决之道第五章 整合营销传播与客户关系管理 第一节 整合营销的“动感地带”模式 第二节 理论探讨与分析 第三节 解决之道第六章 数据库和网络营销与客户关系管理 第一节 特立独行的DELL 第二节 理论探讨与分析 第三节 解决之道第七章 客户关系管理系统的实际运营范式 第一节 基于CTI的客户关系管理运营范式 第二节 基于DW的客户关系管理运营范式 第三节 基于Web的客户关系管理运营范式参考文献后记

## 章节摘录

第一章 客户关系管理的起源与发展 第一节 客户关系管理的起源与演变 一、客户关系管理的起源 客户关系管理最早由美国Gartner Group于1997年正式提出。

随着管理学和营销学理念的不断发展与演变，客户关系已成为企业界和学术界共同关注的热点，世界范围内的CRM市场也正处于快速增长之中。

1997～1999年，全球CRM市场平均每呈现出91%的增长率，同时期的IT进行业的增长率仅为12%，CRM无疑是全球增长最快的领域之一。

CRM的主要应用领域是制造业、电信业、公共事业、金融服务业和零售业等，网上商场和一些新兴的与Internet联系紧密的企业已经率先成为CRM的受益者。

CRM传到我国是1999年的事情，但我国真正开始大规模的关于CRM的研究是在2000年的下半年。2000年岁末，供应商ORacle公司邀请合作伙伴HP、EMC和华永道在北京共同举办了“想客户所想”客户关系管理应用研讨会，2000年10月才从朗讯科技拆分出来的Avaya公司也举办了一场沸沸扬的“CRM论坛”，IBM公司将12月定为“CRM”月，同时利用公司网站进行解决方案的“热卖活动”。我国信息产业部经过长期策划，举办了“首届客户关系管理国际研讨会”，从而掀起了我国客户关系管理研究与应用的热潮。

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>