

<<CRM基础教程>>

图书基本信息

书名：<<CRM基础教程>>

13位ISBN编号：9787115288523

10位ISBN编号：7115288526

出版时间：2012-8

出版时间：人民邮电出版社

作者：Scott Kostojohm，(美)Mathew Johnson，(美)Brian Paulen

页数：159

字数：254000

译者：赵 俐,张冠楠

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>

前言

很多阅读本书的读者都正打算在自己的企业中使用客户关系管理（CRM）软件，有些读者很不熟悉CRM，有些则使用过CRM并获得了不同程度的成功。

本书的目的是为业务领导者和相关涉众提供一本实用的手册，指明实现成功的CRM项目和计划的方法。

人们常常认为CRM的成功就意味着去购买当前市场中流行的应用程序，然而，无论应用程序如何完美，即便它拥有大量令人眼花缭乱的功能，你仍然需要仔细讨论如何调整企业的结构，面对客户的流程是怎样的，以及如何有效地利用所有应用程序的强大特性，以便将所有流程转化到系统中。

CRM很容易失败，很多人都没能从对它的投资中获得价值；事实上，当有人向我们介绍已经实施了CRM的新客户时，我们发现的最常见短板是由糟糕的使用软件（而非软件本身）造成的。

别误解我们的意思，技术当然是必要的，而且将影响设计要考虑的因素，你所选择的软件也会有特定的优点和局限性。

但本书通篇要提醒你记住的一件重要的事情是，所影响的涉众、业务流程讨论以及建模和设计决策的重要性，与软件本身比起来有过之而无不及。

本书的目的是帮助你理解当你承担了一个CRM计划时，将面临怎样的情况：有效实现CRM需要付出什么样的努力，以及你可以合理地期望从完成CRM中得到什么成果。

这并不是异想天开地幻想CRM计划，而是切实可行的指南，为你提供一种创建有效CRM计划的实用方法。

很多CRM书籍都侧重于各种系统的复杂技术细节，然而本书并非讨论具体的技术，而是重点讨论在利用CRM概念进行规划和组织并为你的企业创造价值的时候，都需要哪些必不可少的业务组件。

你的企业在CRM中投入了大量的资本和时间，因此我们的目标是帮助你从这些投资中获取最大的回报。

最后，你将能够掌握必要的技巧和工具来正确地组建团队、制订总体计划和特定迭代过程，并且自如地应对CRM项目中的所有波折，同时兼顾长期战略。

我们希望你喜欢本书，并能够利用书中所讲的技巧踏上CRM的成功之旅！

内容概要

商业竞争日趋激烈，企业要想获得成功，必须比竞争对手更高效地运营，必须提高对客户的重视程度，在制定决策时需要考查客户的观点，同时调整业务流程和组织结构以提供更好的用户体验，做到能够主动、周到地从总体上管理客户信息和关系。

CRM（客户关系管理）应运而生，它既是指注重客户的业务策略，又可指为了支持此需求而开发的一大类业务应用程序。

本书概述了一个成功的CRM项目的构成要件，详细介绍了启动一个CRM项目所需要的步骤，旨在为非技术背景的企业管理人员提供成功规划和启动CRM项目所必需的信息。

书中内容共分为7章，重点包括以下信息：

- CRM的组件
- 如何构建CRM路线图
- 怎样选择CRM软件
- 如何规划并具体实施CRM实施
- CRM项目启动后的维护与演

作者简介

Scott Kostojohn 知名CRM咨询公司Madrona Solutions营销总监、CRM架构师。之前曾在微软和EMC工作多年，致力于CRM产品开发相关工作。

Mathew Johnson 2007年加入Madrona Solutions，目前负责监管公司的CRM业务。之前曾在Acetta、Onyx等公司从事CRM相关工作。

Brian Paulen Madrona Solutions联合创始人，负责公司的业务和客户及合作伙伴关系管理。此前曾在EMC工作多年。

<<CRM基础教程>>

书籍目录

第1章 引言

- 1.1 CRM的定义
- 1.2 本书的目的
- 1.3 CRM价值的来源
 - 1.3.1 为那些数据驱动的、不断学习的公司提供支持
 - 1.3.2 排查低效的工作, 提高员工生产力
 - 1.3.3 提供更好的客户体验
 - 1.3.4 制定明智的业务决策
- 1.4 为CRM做好准备
- 1.5 小结

第2章 成功CRM的组件

- 2.1 人员
- 2.2 流程
- 2.3 技术
- 2.4 期望值
- 2.5 陷阱
- 2.6 小结

第3章 构建CRM路线图

- 3.1 为什么要采用分阶段的方法来实施CRM项目
 - 3.1.1 花费的时间太长
 - 3.1.2 没有机会总结经验教训
- 3.2 构建初始路线图
 - 3.2.1 评估当前状况
 - 3.2.2 将CRM愿景分解到各个项目中
 - 3.2.3 人员的安排
 - 3.2.4 实验项目和“概念验证”项目
 - 3.2.5 示例路线图练习
- 3.3 在项目中间开发路线图
- 3.4 小结

第4章 评估软件和顾问

- 4.1 CRM软件市场
 - 4.1.1 功能范围: 完整CRM套件和专用应用程序
 - 4.1.2 部署模式
 - 4.1.3 应用程序访问
 - 4.1.4 许可模式
- 4.2 选择合适的CRM软件
 - 4.2.1 CRM应用程序评估标准
 - 4.2.2 软件评估过程
- 4.3 选择合适的顾问
- 4.4 小结

第5章 规划最初的CRM实施

- 5.1 管理CRM项目
 - 5.1.1 理解项目的阶段
 - 5.1.2 变更管理
 - 5.1.3 项目沟通

<<CRM基础教程>>

- 5.1.4 进行中的项目管理
- 5.1.5 人员/供应商管理
- 5.1.6 管理支持
- 5.2 小结
- 第6章 CRM的最初实施
- 6.1 设计阶段
 - 6.1.1 “当前”流程定义
 - 6.1.2 “将来”流程定义
 - 6.1.3 规则和升级
 - 6.1.4 用例定义
 - 6.1.5 功能规格说明书的开发
- 6.2 自定义开发
 - 6.2.1 将自定义开发作为CRM项目的一部分来管理
 - 6.2.2 技术规格说明书
- 6.3 集成
 - 6.3.1 提供更全面的客户视图
 - 6.3.2 自动化业务流程
 - 6.3.3 集成类型
 - 6.3.4 集成工具
 - 6.3.5 管理CRM项目中的数据级集成
 - 6.3.6 集成的开发
 - 6.3.7 集成的测试
 - 6.3.8 管理CRM项目中的用户界面集成
 - 6.3.9 链接系统之间的数据
- 6.4 报告
 - 6.4.1 有效的报告是由什么构成的
 - 6.4.2 度量指标是具体的
 - 6.4.3 度量指标明确地由某个具体部门或小组所有
 - 6.4.4 度量指标应该是可度量的
 - 6.4.5 度量指标能够及时产生
 - 6.4.6 对于记分卡, KPI的数量必须限制在可管理的少数几项范围内
 - 6.4.7 KPI必须有目标
 - 6.4.8 KPI必须与公司的总体目标保持一致
 - 6.4.9 报告来源
 - 6.4.10 报告工具
 - 6.4.11 报告的设计
 - 6.4.12 报告的培训
- 6.5 数据迁移
 - 6.5.1 你是否需要为项目进行数据迁移
 - 6.5.2 评估数据源
 - 6.5.3 数据迁移的设计
 - 6.5.4 数据迁移工具
 - 6.5.5 数据迁移的测试: 伪迁移
 - 6.5.6 规划实际的数据迁移
 - 6.5.7 数据迁移总结和主要教训
- 6.6 实施的测试
 - 6.6.1 CRM应用程序测试的类型

<<CRM基础教程>>

- 6.6.2 测试计划的开发
- 6.6.3 实施的培训
- 6.7 启动解决方案
- 6.8 初始应用程序管理
 - 6.8.1 推动CRM应用程序的采用
 - 6.8.2 变更管理
 - 6.8.3 人员管理：新的工作职能
- 6.9 总结：CRM实施项目计划示例
- 6.10 常见的项目问题和避免方法
 - 6.10.1 超出范围
 - 6.10.2 过度复杂的设计
 - 6.10.3 项目被软件驱动
 - 6.10.4 缺乏高管的支持
 - 6.10.5 管理不同的优先级
 - 6.10.6 应用程序的采用
- 6.11 小结
- 第7章 CRM的维护和演进
 - 7.1 指导委员会的职责
 - 7.2 CRM的维护
 - 7.3 CRM的增强
 - 7.3.1 变更控制过程
 - 7.3.2 路线图的开发和执行
 - 7.3.3 对大型应用程序增强的管理
 - 7.3.4 新应用程序版本和升级
 - 7.4 监视供应商的生态系统
 - 7.4.1 会议
 - 7.4.2 新的独立软件供应商（ISV）
 - 7.4.3 用户组织
 - 7.4.4 博客和新闻邮件
 - 7.4.5 顾问
 - 7.5 CRM的维护和演进总结
 - 7.6 小结

<<CRM基础教程>>

编辑推荐

权威专业，高级CRM顾问编著简明实用，快速掌握CRM要领层次清晰，逐步深入管理本质偏重实战，业界专家经验积累

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>