

<<客户关系管理原理与应用>>

图书基本信息

书名：<<客户关系管理原理与应用>>

13位ISBN编号：9787121148224

10位ISBN编号：7121148226

出版时间：2011-11

出版时间：电子工业出版社

作者：李志刚

页数：340

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>

## <<客户关系管理原理与应用>>

### 内容概要

《客户关系管理原理与应用》从理论、技术、应用、实践操作四个方面来设计客户关系管理的教学内容。

全书共11章，首先介绍了客户关系管理的基本知识、理论方法及战略；然后从原理和实现的角度阐述了客户关系管理软件的功能、结构、类型和实施的方法、措施，以及CRM系统分析设计的技术；最后从理论、实践、操作三个层面介绍了呼叫中心的应用、数据处理技术、CRM的产品与市场，以及CRM软件的实验操作。

《客户关系管理原理与应用》结构合理，内容丰富，深入浅出，在书中插入了许多鲜活的案例，着力介绍当前客户关系管理研究和应用的最新成果。

并在课程教学中设计了实验的内容，形成了比较完善的课程教学体系和清晰的层次。

可作为信息管理、电子商务、市场营销、工商管理、物流管理等专业的教材，也可作为相关领域管理人员或专业研究人员的参考资料。

# <<客户关系管理原理与应用>>

## 书籍目录

### 第1章 客户关系管理导论

#### 1.1 客户关系管理的产生和发展

##### 1.1.1 客户关系管理产生的背景

##### 1.1.2 企业营销管理理念的变化过程

##### 1.1.3 客户关系观念的转变

##### 1.1.4 以客户为中心的现代营销管理理念

##### 1.1.5 迈入“客户经济”时代

##### 1.1.6 客户关系管理解决的问题及思路

#### 1.2 客户与客户关系

##### 1.2.1 客户的定义

##### 1.2.2 客户的分类

##### 1.2.3 客户关系与营销机会

##### 1.2.4 确定客户关系的因素

#### 1.3 客户关系管理的定义和内涵

##### 1.3.1 客户、关系和管理概念的再认识

##### 1.3.2 CRM的定义和理解

##### 1.3.3 CRM是先进的管理方法和手段

#### 1.4 客户价值与客户定位

##### 1.4.1 客户价值

##### 1.4.2 客户价值的特点

##### 1.4.3 提高客户价值

##### 1.4.4 客户定位的方法与思路

### 第2章 客户关系管理的基本理论与方法

#### 2.1 客户关系管理的相关基础知识

##### 2.1.1 关系营销

##### 2.1.2 数据库营销

##### 2.1.3 一对一营销

##### 2.1.4 信息技术——客户关系管理的支撑系统

#### 2.2 客户细分与客户分类管理

##### 2.2.1 客户细分的概念和目的

##### 2.2.2 客户细分的方式与模型

##### 2.2.3 基于CRM的客户细分

##### 2.2.4 客户分类管理

#### 2.3 客户满意度

##### 2.3.1 客户满意度的概念

##### 2.3.2 客户满意度的影响因素

##### 2.3.3 客户满意度调查分析与评估

#### 2.4 客户终身价值

##### 2.4.1 客户忠诚的概念和类型

##### 2.4.2 客户忠诚度分析

##### 2.4.3 客户忠诚度的评价方法与衡量标准

##### 2.4.4 如何提高客户忠诚度

##### 2.4.5 客户忠诚对CRM的启示

#### 2.5 客户生命周期与价值

##### 2.5.1 客户关系生命周期

## <<客户关系管理原理与应用>>

2.5.2 企业客户群体生命周期的计算

2.5.3 客户关系生命周期利润

2.5.4 客户终身价值的计算与分析

2.5.5 客户终身价值模型

### 第3章 客户关系管理战略

3.1 客户关系管理战略的概念、内容和重点

3.1.1 客户关系管理战略的概念

3.1.2 客户关系管理战略的内容

3.1.3 客户关系管理的战略考虑与战略重点

3.2 客户关系管理战略环境与客户市场分析

3.2.1 CRM战略外部环境分析

3.2.2 CRM战略内部环境分析

3.2.3 客户市场分析

3.3 CRM战略目标制定与战略实施

3.3.1 CRM战略目标制定

3.3.2 CRM战略实施与评价

3.3.3 CRM战略实施的风险

3.3.4 企业成功实施客户关系管理战略的要素

3.3.5 CRM的生命周期

3.4 客户增长矩阵与客户关系战略

3.4.1 基于客户增长矩阵的客户关系战略选择

3.4.2 不同的客户战略组合

3.4.3 建立战略层面的客户联盟

3.5 CRM战略与企业管理变革

3.5.1 CRM环境下企业业务流程面临的挑战

3.5.2 CRM系统中的业务流程再造

3.5.3 CRM环境下企业经营管理行为的变革

### 第4章 CRM软件系统

4.1 主流的CRM软件系统介绍

4.1.1 主流CRM软件系统的特点

4.1.2 CRM软件系统模型

4.2 CRM软件系统中的接触活动及业务功能

4.2.1 接触活动

4.2.2 业务功能

4.2.3 CRM软件的核心功能

4.3 CRM系统技术功能及发展趋势

4.3.1 CRM系统技术功能

4.3.2 CRM软件系统的发展

4.4 CRM与其他软件系统的整合

4.4.1 CRM与ERP的整合

4.4.2 CRM与SCM的整合

4.4.3 CRM与电子商务系统的整合

### 第5章 CRM应用系统的分类及功能技术

5.1 运营型CRM

5.1.1 运营型CRM应用系统产生的原因

5.1.2 运营型CRM的功能

5.1.3 应用运营型CRM的主要目的

## <<客户关系管理原理与应用>>

- 5.1.4 运营型CRM的使用人员
- 5.2 分析型CRM
  - 5.2.1 分析型CRM系统的技术
  - 5.2.2 分析型CRM主要功能
  - 5.2.3 应用分析型CRM的目的
  - 5.2.4 分析型CRM的组成与运作
- 5.3 协作型CRM
  - 5.3.1 协作型CRM的特点
  - 5.3.2 协作型CRM的主要作用和功能
  - 5.3.3 协作型CRM的组成
- 5.4 三类CRM应用系统的定位和关系
  - 5.4.1 应用系统的功能定位
  - 5.4.2 应用系统之间的关系
- 第6章 CRM系统设计与开发
  - 6.1 CRM系统客户数据的采集和使用
    - 6.1.1 客户数据的识别
    - 6.1.2 数据的有效采集
    - 6.1.3 客户数据的使用层次
  - 6.2 CRM的体系结构与功能结构
    - 6.2.1 CRM的体系结构
    - 6.2.2 CRM系统功能结构
  - 6.3 CRM业务流程分析与设计
    - 6.3.1 基于面向对象技术的客户驱动设计思想
    - 6.3.2 客户市场营销业务流程分析与设计
    - 6.3.3 客户销售业务流程的分析和设计
    - 6.3.4 客户支持与服务的业务流程的分析设计
  - 6.4 CRM的技术体系结构
    - 6.4.1 企业应用集成和业务流程自动化
    - 6.4.2 CRM技术层次架构
    - 6.4.3 CRM技术逻辑结构
  - 6.5 CRM的网络结构
    - 6.5.1 客户机/服务器体系结构 (C/S)
    - 6.5.2 浏览器/服务器体系结构 (B/S)
    - 6.5.3 传统C/S模式与B/S模式的综合应用
  - 6.6 CRM系统设计与开发实例
    - 6.6.1 基于Internet的客户关系管理系统eCRM分析与设计
    - 6.6.2 基于数据仓库的银行CRM系统设计
    - 6.6.3 基于企业用户的典型CRM系统的设计
- 第7章 呼叫中心与客户服务
  - 7.1 呼叫中心及其发展
    - 7.1.1 呼叫中心的认识
    - 7.1.2 呼叫中心的发展方向
  - 7.2 CRM与呼叫中心的关系
    - 7.2.1 呼叫中心是企业的情报中心
    - 7.2.2 呼叫中心与客户服务
  - 7.3 CTI技术与呼叫中心的分类
    - 7.3.1 CTI技术概述

## <<客户关系管理原理与应用>>

- 7.3.2 呼叫中心的分类
- 7.4 呼叫中心的结构和功能
  - 7.4.1 呼叫中心的基本构件
  - 7.4.2 呼叫中心系统结构
  - 7.4.3 呼叫中心的主要功能
  - 7.4.4 呼叫业务流程
- 7.5 呼叫中心的选择、建设和管理
  - 7.5.1 呼叫中心的选择
  - 7.5.2 呼叫中心的建设模式
  - 7.5.3 呼叫中心的建设步骤
  - 7.5.4 建设呼叫中心的一些关键问题
  - 7.5.5 呼叫中心的运营管理
- 7.6 呼叫中心的产品简介
  - 7.6.1 HP公司呼叫中心解决方案
  - 7.6.2 3COM公司中小企业呼叫中心解决方案
  - 7.6.3 IBM呼叫中心解决方案
- 7.7 呼叫中心客户服务的理念与技巧
  - 7.7.1 呼叫中心客户服务的利与弊
  - 7.7.2 呼叫中心客户服务技巧
- 第8章 客户关系管理项目的实施与评价
  - 8.1 实施CRM项目的战略思想
    - 8.1.1 重视业务流程的优化与重构
    - 8.1.2 遵循专业化、社会化和开放式的运作思路
    - 8.1.3 实施CRM要加强对渠道和应用子系统的集成
  - 8.2 CRM系统实施的目标原则与步骤
    - 8.2.1 系统实施的目标
    - 8.2.2 系统实施的原则
    - 8.2.3 CRM实施的步骤
  - 8.3 CRM项目实施的方法论
    - 8.3.1 三阶段实施方法
    - 8.3.2 五阶段实施方法
    - 8.3.3 六阶段实施方法
    - 8.3.4 CRM实施过程中应注意的问题
  - 8.4 CRM系统实施的绩效评估
    - 8.4.1 实施CRM绩效评估的重要性
    - 8.4.2 企业客户关系管理系统绩效模型的构建
    - 8.4.3 CRM项目评价的主要内容
    - 8.4.4 CRM投资回报的预测
  - 8.5 企业成功实施CRM的条件与失败的因素
    - 8.5.1 企业成功实施CRM的条件
    - 8.5.2 导致CRM实施失败的因素
- 第9章 CRM中的数据处理技术
  - 9.1 数据仓库与CRM
    - 9.1.1 数据仓库的概述
    - 9.1.2 CRM中客户数据仓库
    - 9.1.3 数据仓库实现分析型CRM
  - 9.2 数据挖掘技术

## <<客户关系管理原理与应用>>

- 9.2.1 数据挖掘的概念
- 9.2.2 数据挖掘分析方法
- 9.3 数据挖掘技术在客户关系管理中的应用
  - 9.3.1 CRM中数据挖掘技术应用的流程
  - 9.3.2 数据挖掘在客户识别和客户保留中的应用
  - 9.3.3 客户分类
  - 9.3.4 减少信用风险
  - 9.3.5 数据挖掘在客户忠诚度分析中的应用
  - 9.3.6 市场趋势的了解与营销策略改进
  - 9.3.7 数据挖掘在客户盈利率分析中的应用
- 9.4 联机分析处理技术与CRM
  - 9.4.1 联机分析处理技术概述
  - 9.4.2 OLAP的数据组织
  - 9.4.3 联机分析处理技术在CRM中的应用
- 第10章 CRM产品及市场分析
  - 10.1 CRM产品介绍
    - 10.1.1 Siebel的CRM产品
    - 10.1.2 Oracle的CRM产品
    - 10.1.3 SAP的CRM解决方案简介
    - 10.1.4 任我行的CRM产品
    - 10.1.5 主力厂商CRM软件概述
  - 10.2 CRM的市场分析
    - 10.2.1 CRM的全球市场概况
    - 10.2.2 我国CRM市场概况
    - 10.2.3 CRM市场规模和结构
    - 10.2.4 对我国CRM市场的思考
    - 10.2.5 CRM软件市场趋势分析
- 第11章 CRM的课程实验
  - 11.1 CRM软件主要模块的操作实验
    - 11.1.1 软件的功能与系统设置概述
    - 11.1.2 产品档案管理的操作实验
    - 11.1.3 客户档案管理的操作实验
    - 11.1.4 联系人档案管理的操作实验
    - 11.1.5 商业机会管理的操作实验
    - 11.1.6 销售线索管理的操作实验
  - 11.2 SQL-Server中数据仓库与数据挖掘工具的操作应用
    - 11.2.1 SQL Server数据仓库开发应用工具介绍
    - 11.2.2 SQL Server的数据仓库创建
    - 11.2.3 SQL Server中的数据挖掘工具介绍
    - 11.2.4 使用挖掘模型向导从关系数据库中挖掘数据
- 参考文献

<<客户关系管理原理与应用>>

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>