

<<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：9787304045081

10位ISBN编号：7304045086

出版时间：2010-6

出版时间：中央广播电视大学出版社

作者：齐志权 主编

页数：218

字数：302000

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>

内容概要

本教材以下几点：

第一，从“汽车运用、维修企业岗位要求”分析入手，结合多年高等职业技术学院培养高等技术应用型人才的经验，确定课程体系、教学目标和教材的结构与内容，强化教材的针对性和实用性。

第二，根据“以汽车运用与维修技能为主线、相关知识为支撑”的编写思路，精练教材内容，切实落实“管用、够用、适用”的教学指导思想。

第三，根据院校的教学设备和汽车行业的发展趋势，合理安排教学内容。

在使学生掌握典型汽车的相关知识和运用、检测、维修技能的基础上，介绍其他车型，尤其介绍能够体现先进技术的相关内容，既保证教材的可操作性，又体现先进性。

<<客户关系管理>>

书籍目录

第一章 客户经济时代

第一节 市场营销理论

- 一、市场概念
- 二、市场营销概念
- 三、市场营销理论的产生及发展
- 四、营销观念的变迁

第二节 客户价值

- 一、客户与客户资源
- 二、客户价值的含义
- 三、客户让渡价值
- 四、客户价值增值

第三节 客户关系价值

- 一、客户关系价值及构成
- 二、客户关系价值的衡量

第四节 客户关系管理的内涵

- 一、客户关系与管理
- 二、客户关系与客户定位
- 三、客户关系管理的定义和内涵
- 四、客户关系管理的核心思想
- 五、客户关系管理的作用

第二章 客户满意度

第一节 客户满意度的研究

- 一、客户满意度的概念
- 二、客户满意度的研究和评价
- 三、提高客户满意度的途径

第二节 客户满意度模型

- 一、“理想产品”模型
- 二、卡诺(Kano)的顾客满意度模型
- 三、美国客户满意度指数(ACSI)模型

第三节 客户满意度的测量

- 一、收集客户满意度数据的方法
- 二、衡量客户满意度的工具
- 三、客户满意度的报告

第四节 客户忠诚度

- 一、客户忠诚的概念及类型
- 二、客户忠诚度的影响因素
- 三、客户忠诚度的衡量指标与评价算法
- 四、客户忠诚度与客户满意度的关系
- 五、客户忠诚给企业带来的效益
- 六、提高客户忠诚度的途径

第三章 客户满意的来源

第一节 客户满意研究

- 一、客户满意的层次
- 二、客户满意的主要影响因素

第二节 现代企业客户服务

<<客户关系管理>>

- 一、客户服务概述
- 二、现代企业的特征
- 三、现代企业的边界模糊
- 四、客户服务对客户满意的提升作用
- 第三节 企业与客户接触的渠道和接触点
 - 一、企业与客户接触的渠道
 - 二、企业和客户的接触点
 - 三、渠道和接触点相互补充
- 第四章 客户关系管理与公司战略
 - 第一节 公司核心理念、公司价值观与客户关系管理
 - 一、公司核心理念
 - 二、公司价值观
 - 三、公司核心理念、公司价值观与客户关系管理
 - 第二节 客户关系管理的战略目标
-
- 第五章 客户关系管理理论指导的市场营销
- 第六章 汽车服务企业的客户关系管理
- 第七章 客户关系管理实例

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>