

<<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：9787313035905

10位ISBN编号：731303590X

出版时间：2004-6

出版时间：上海交通大学出版社

作者：Charles Turner,David alexander,林岱

页数：229

译者：林岱

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

我们生活在一个瞬息万变、竞争日趋激烈的环境中，赢取、巩固和发展客户并同时扩大利润变得越来越难。

谁能怀疑特定的客户对企业的成功至关重要？

如今的客户关系管理（CRM）策略应该成为企业内外跨功能团队工作的推动力，以使企业得到进一步的改善。

本书将从策略到实际操作层面帮助你了解什么是客户关系管理。

有效的CRM策略能够为企业的利润、收入增长和可持续性发展带来显著的改观。

任何拥有客户的企业都将从本书中得到启示。

<<客户关系管理>>

内容概要

我们生活在一个瞬息万变、竞争日趋激烈的环境中，赢取、巩固和发展客户并同时扩大利润变得越来越难。

谁能怀疑特定的客户对企业的成功至关重要？

如今的客户关系管理（CRM）策略应该成为企业内外跨功能团队工作的推动力，以使企业得到进一步的改善。

本书将从策略到实际操作层面帮助你了解什么是客户关系管理。

有效的CRM策略能够为企业的利润、收入增长和可持续性发展带来显著的改观。

任何拥有客户的企业都将从本书中得到启示

作者简介

编者：(英国)David Alexander (英国)特纳(Charles Turner)DAVID ALEXANDER，高级企业专业人士、战略顾问，曾担任董事会级的多项职务。

他在企业职能方面的专业知识与迎合股东和客户需求相结合，产生了有思想见解的领导才能，清晰的远景规划和策略的发展。

他目前指导董事会顾问，并就主要的企业问题授课著书。

他对以客户为企业战略中心并为企业带来价值方面怀有浓烈的兴趣。

<<客户关系管理>>

书籍目录

客户关系管理的推动因素
客户关系管理的框架
区分CRM的主题和起点
CRM方案中不同的角色
策划CRM方案
执行CRM方案项目方式的实施案例

章节摘录

插图：比起企业对企业的情况，客户更加善变而且不够忠诚。
其部分原因是由以下购买流程造成的：更频繁更迅速——有时人会因为冲动而购买有更多的选择机会——很多可供比较的产品和服务只能做出一个选择——由一个人或最多也是由一个家庭单位做出更具交易性——是主动购买而非被直接售与更简单——完成订单

媒体关注与评论

“在新千年的背景下，本书将对致力于建立长期盈利的客户关系的企业带来精彩的启示。

”——迈克·诺里斯，Computacenter上市有限公司执行总监“简明扼要但内容丰富，该书能帮你赢得企业各部门的青睐和支持，CRM人士必读之书。

”——尼吉尔·格莱姆斯，Centrrica公司客户策略主管

<<客户关系管理>>

编辑推荐

《客户关系管理》由上海交通大学出版社出版。

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>