

<<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：9787509618608

10位ISBN编号：7509618606

出版时间：2012-6

出版时间：经济管理出版社

作者：汪华林

页数：213

字数：229000

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

《高等院校“十二五”工商管理类课程系列规划教材：客户关系管理》作者从事“客户关系管理”课程教学近10年，积累了丰富的经验。全书分为四篇，即基础理论篇、客户价值篇、客户关系篇和管理技术篇，层次清晰，使读者在学习过程中更易于掌握。

本书主要特点如下：

1.层次清晰，内容丰富

本书从客户关系的内涵、客户关系的特征、客户关系的表现形式及实施客户关系管理的方法四个部分来阐述客户关系管理的内容。

书中各章节内容相扣，层层递进，逻辑严密。

2.偏重客户关系研究

本书偏重“客户关系”的理论和思想探讨，深入浅出，通俗易懂，使读者能更好地认识和把握客户关系。

3.理论与实践紧密结合

本书重点以客户关系为研究对象，系统介绍了客户关系方面的理论和思想，并对客户关系的实施策略和方法做了探讨，力求做到理论与实务并重，使读者能通过实务来理解客户关系管理方面的理论。

。

作者简介

汪华林，1968年5月出生。
江西财经大学产业集群与企业研究中心副教授，硕士研究生导师；江西财经大学市场营销国家级特色专业建设主要成员。
长期从事商务谈判、客户关系管理方面的研究、教学及实践，被多家企业聘为客座教授。
主编《商务谈判》、参编《市场营销学》等教材，主持完成省部级课题8项，在国家级核心刊物上发表学术论文20余篇。

<<客户关系管理>>

书籍目录

- 第一篇 基础理论篇
 - 第一章 客户关系管理概述
 - 第一节 客户关系管理的起源
 - 第二节 客户关系管理的基础理论
 - 第三节 客户关系管理的主要内容
 - 第二章 客户
 - 第一节 客户内涵及认识
 - 第二节 客户分类
 - 第三节 企业与客户关系
 - 第三章 关系营销
 - 第一节 关系营销的概念
 - 第二节 关系营销与传统营销
 - 第三节 关系营销的实施
- 第二篇 客户价值篇
 - 第四章 客户关系生命周期
 - 第一节 客户关系生命周期
 - 第二节 客户关系生命周期的阶段划分
 - 第三节 客户关系生命周期理论应用
 - 第五章 客户期望与信任
 - 第一节 客户期望
 - 第二节 客户信任
 - 第六章 客户价值
 - 第一节 客户价值内涵
 - 第二节 客户价值分析
 - 第三节 客户盈利分析
- 第三篇 客户关系篇
 - 第七章 客户信息
 - 第一节 客户信息的重要性及分类
 - 第二节 客户信息来源的渠道
 - 第三节 客户信息管理
 - 第八章 客户选择与客户服务
 - 第一节 客户选择
 - 第二节 客户服务
 - 第三节 客户关怀
 - 第九章 客户满意与客户忠诚
 - 第一节 客户满意
 - 第二节 客户忠诚
-
- 第四篇 管理技术篇
- 参考文献

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>