

<<客户关系管理的10大关键>>

图书基本信息

<<客户关系管理的10大关键>>

内容概要

杰弗里·皮尔在书中展示了自己作为一名经验丰富的市场研究者所具有的洞察力和对现实的理解能力，他指出如何应用先进技术创造性地开展工作。

他以全新的观点阐述了CRM对营销过程的影响，这对产人和CRM从业者提出了挑战，并使他们重新审视各自遵循的原则。

此书适用于商人、CRM从业者、学习和有志于挑战业已形成的CRM理论的学者。

本书提出的观念是，客户关系管理作为一项技术和公司理念，正在不断改进。

客户则更多的是来定义关系的性质。

因此，客户管理关系可能是更当的说法。

然而，因为客户关系管理是供应商、咨询师和分析家们所选择的称谓，所以本书还是依从于此种说法

。

<<客户关系管理的10大关键>>

作者简介

杰弗里·皮尔在英国拥有自己的顾问公司（www.quadrigaconsulting.com），主要从事CRM和市场咨询工作。

他具有丰富的CRM销售调研和技术销售方面的从业经历。

他曾担任欧洲CRM软件启动公司（Amacis Ltd）的全球销售副总裁。

3Com公司分区行销沟通经理等职。

他还是新泽西州普林斯顿

<<客户关系管理的10大关键>>

书籍目录

前言致谢辞第一章 面对客户的新挑战 1.1 悄然发生的变化 1.2 人们的研究是以科技为重心吗？
1.3 客户关系管理的内容 1.4 客户关系管理：客户还是沟通 1.5 从数据角度看客户关系管理中执行者的
观点与客户的观点 1.6 关注电子邮件沟通方式：对美英两国银行业“不作为”的一项研究第二章 客户
关系管理技术：沟通为核心 2.1 全新的企业资源计划（ERP） 2.2 客户关系管理就是为客户提供一个电
话服务呼叫中心吗？
2.3 介绍联络中心的统程图 2.4 与其他部门联系在一起“联络中心” 2.5 同步与异步沟通第三章 分析家
关于客户关系管理的观点 3.1 为什么分析家对于客户关系管理来说很重要？
3.2 给我你的手表，我来告诉你时间 3.3 客户关系管理的根源 3.4 分析家对客户关系的观点 3.5 客户
系统的整合需要 3.6 客户知识与客户分析法的日益结合 3.7 通用队列 3.8 客户满意度调查第四章 应用系
统革新及其对客户关系的意义 4.1 背景介绍 4.2 各种定义 4.3 关于网络门户概念 4.4 整合：此时此
地 4.5 前端组合.....第五章 分析型客户关系管理第六章 引人注目的互联网公司客户管理（CRM）和
管理的客户关系（CMR）与需求链管理（DCM）导论第七章 以营销为导向的客户关系管理技术的作
用第八章 供应商解决方案的选择第九章 定义客户关系管理流程第十章 客户关系管理系统的调研方式
第十一章 结论

<<客户关系管理的10大关键>>

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>