

<<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：9787040312584

10位ISBN编号：7040312581

出版时间：2011-1

出版时间：高等教育出版社

作者：程越敏 编

页数：133

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

认识客户关系管理、开发潜在客户、客户资料的获取与管理、客户流失分析与客户关系维护、大客户管理、CRM营销及典型客户关系管理应用实例。

全书采用任务教学法以实践过程为主线，以“任务”引领型课程为主体，以任务驱动为主要形式，通过示范讲解与操作指导，引导学生完成“任务”，实现教学目标。

各模块均以情境案例导入，通过对案例的讨论引出教学内容，使学生从实际运用切入到学习内容，每个模块最后均配有知识拓展与课堂实训任务以及案例分析，便于教师组织课堂教学和学生课后学习、自测与提高。

《客户关系管理》还提供客户关系管理系统的上机实验，供学生练习。

《客户关系管理》配有多媒体课件，主要内容包括知识讲解、习题答案、参考资料、用友客户通教学软件等。

《客户关系管理》可供中等职业学校商贸类专业、客户服务专业和其他专业学生使用，也可供从事客户服务工作的初学人员自学或参考使用。

<<客户关系管理>>

书籍目录

模块一 认识客户关系管理任务一 理解客户关系管理的内涵任务二 认识客户关系管理的过程和作用任务三 了解CRM系统模块二 开发潜在客户任务一 谁是你的潜在客户任务二 寻找潜在客户任务三 潜在客户管理任务四 把潜在客户转化为现实客户模块三 客户资料的获取与管理任务一 正确认识客户资料任务二 客户资料的获取任务三 客户资料的管理模块四 客户流失分析与客户关系维护任务一 分析客户流失原因任务二 客户关怀任务三 客户关系维系任务四 个性化服务模块五 大客户管理任务一 识别大客户任务二 分析大客户的需求任务三 实施大客户管理模块六 CRM营销任务一 试试关系营销任务二 学习数据库营销任务三 尝试一对一营销任务四 CRM营销自动化操作模块七 典型客户关系管理应用实例任务一 学习制造业的客户关系管理任务二 分析房地产行业的客户关系管理任务三 观察航空业的客户关系管理任务四 体会物流业的客户关系管理任务五 描述旅游业的客户关系管理参考文献

章节摘录

(二) 需求的拉动 越来越多的企业要求提高销售、营销和客户服务的日常业务的自动化和科学化水平,这是客户关系管理应运而生的需求基础。

首先,企业的销售、营销和客户服务部门难以获得所需的客户互动信息;其次,来自销售、营销、客户服务、市场、制造、库存等部门的信息分散在企业内,这些零散的信息使得企业无法对客户全面了解,各部门难以在统一的信息基础上面对客户。

这需要各部门对面向客户的各项信息和活动进行集成,组建为一个以客户为中心的企业,实现对面向客户的活动的全面管理。

(三) 技术的推动 计算机、通信技术、互联网的飞速发展使得上述需求的实现不再停留在梦想的阶段。

互联网和电子商务技术的兴起,为客户关系管理的产生和发展注入了强大的催化剂。

利用互联网和电子商务技术,使得收集、整理、加工和利用客户信息的质量大大提高。

通过互联网,企业可以对客户开展营销活动,向客户销售产品,提供售后服务,收集客户信息。

企业的办公自动化程度、员工计算机应用能力、信息化水平、管理水平的提高都有利于客户关系管理的实现。

二、理解客户关系管理的含义 美国是最早发展客户关系管理的国家,在1980年年初便有所谓的“接触管理”专门收集客户与公司联系的所有信息。

到1990年则演变成包括电话服务中心支持资料分析的客户关怀。

关于客户关系管理的含义,不同的研究机构有不同的表述,具有代表性的表述方法有以下四种:

(1) 高德纳咨询公司认为,客户关系管理就是为企业提供全方位的管理视角,赋予企业更完善的客户交流能力,最大化客户的收益率。

(2) 卡尔松营销集团把客户关系管理定义为:通过培养公司的每一个员工,经销商或客户对该公司更积极的偏爱或偏好,留住他们并以此提高公司业绩的一种营销策略。

(3) 赫尔维茨集团认为,客户关系管理的焦点是自动化并改善与销售、市场营销、客户服务和支持等领域的客户关系有关的商业流程。

客户关系管理既是一套原则制度,也是一套软件和技术。

(4) IBM所理解的客户关系管理包括企业识别、挑选、获取、发展和保持客户的整个商业过程。IBM把客户关系管理分为三类:关系管理、流程管理和接入管理。

综合上述定义,客户关系管理(Customer Relationship Management, 简称为CRM)是利用信息科学技术,实现销售、营销、服务等活动自动化,使企业能更高效地为客户提供满意、周到的服务,以提高客户满意度、忠诚度为目的的一种管理方式。

客户关系管理既是一种管理理念,又是一种软件技术。

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>