

<<电信企业客户关系管理>>

图书基本信息

书名：<<电信企业客户关系管理>>

13位ISBN编号：9787115110480

10位ISBN编号：7115110484

出版时间：2003-4

出版时间：人民邮电出版社

作者：赵宏波

页数：284

字数：340

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>

<<电信企业客户关系管理>>

内容概要

本书分为6章，分别介绍了市场竞争环境下的电信客户关系、客户关系管理（CRM）基础理论、基于CRM的电信客户服务与管理、CRM在电信市场经营中的应用、CRM与企业信息系统的整合及发展、电信企业CRM系统的实施。

本书在吸收了国内外专家学者观点和有关CRM研究的最新成果的基础上，对CRM的理论进行了较为全面的总结，并紧密结合我国电信运营业的市场竞争环境和企业特点，系统介绍了CRM在电信运营企业应用的理论、方法和途径，并提供了大量的案例与实践应用资料。

本书的内容有一定的理论深度，具有较强的针对性和可操作性，是有关电信运营企业CRM的培训教材，可供各类电信运营企业的经营、管理和相关技术人员阅读，也可作为高等院校相关专业的教材和参考用书。

<<电信企业客户关系管理>>

书籍目录

第1章 市场竞争环境下的电信客户关系 11.1 我国电信业的市场竞争环境分析 11.1.1 我国电信业新的市场竞争格局与环境 11.1.2 新格局下电信运营商发展战略的调整 31.1.3 新格局下电信竞争的新特征 51.2 电信企业的客户与客户关系 71.2.1 电信企业的客户及其特点 71.2.2 电信企业的客户关系及其改进 91.3 CRM是我国电信企业的必然选择 141.3.1 我国电信运营市场呼唤CRM 141.3.2 我国电信运营企业实施CRM的优势 161.3.3 CRM能为电信运营商带来什么 18第2章 CRM基础理论 212.1 CRM的产生与发展 212.1.1 CRM产生的背景 212.1.2 CRM产生的经济学基础 232.1.3 CRM产生的信息技术基础 252.1.4 CRM的发展前景 262.2 CRM的概念 302.2.1 CRM的定义 302.2.2 CRM的内涵 332.2.3 CRM系统的分类 372.3 CRM的理念与策略 392.3.1 CRM中的管理理念 392.3.2 CRM的策略 452.4 CRM的技术与方法 502.4.1 CRM中的Web与CTI技术 502.4.2 CRM中的数据仓库与数据挖掘 532.4.3 CRM中的决策支持系统与商业智能 572.5 电信企业CRM的体系框架 592.5.1 电信企业CRM的目标 592.5.2 电信企业CRM的功能 612.5.3 电信企业CRM的构成 632.5.4 电信企业CRM的应用 66第3章 基于CRM的电信客户服务与管理 693.1 电信客户服务与管理概述 693.1.1 电信客户服务 693.1.2 电信客户管理 723.2 客户接触管理 763.2.1 客户接触点与渠道 763.2.2 呼叫中心 793.2.3 利用呼叫中心实现与客户的互动接触 833.3 客户信息管理与分析 873.3.1 客户信息类型 873.3.2 客户信息采集 883.3.3 客户信息质量 893.3.4 客户信息组织 913.3.5 客户信息分析 953.3.6 客户信息管理与隐私 993.4 客户个性化服务 1003.4.1 个性化服务的基本概念 1003.4.2 个性化服务的经济学分析 1023.4.3 实现个性化服务的对策思路 1043.4.4 个性化服务提高了电信运营商的竞争力 1053.5 客户忠诚度管理 1103.5.1 客户忠诚的定义及分类 1103.5.2 客户忠诚度和满意度 1113.5.3 客户忠诚的价值 1133.5.4 如何让客户忠诚起来 1163.5.5 电信运营商的重点客户忠诚计划 1223.6 电信企业的伙伴关系管理 (PRM) 1243.6.1 伙伴关系管理的基本理论 1243.6.2 电信产业链分析 1283.6.3 虚拟电信运营商 134第4章 电信CRM在市场经营中的应用 1374.1 CRM与电信市场细分 1374.1.1 客户市场细分概述 1374.1.2 CRM与电信市场的细分 1414.1.3 电信企业的大客户 1434.2 数据库营销和一对一营销 1494.2.1 CRM与数据库营销 1494.2.2 CRM与一对一营销 1554.3 以客户价值为核心的电信营销 1594.3.1 客户终生价值 1594.3.2 CRM价值链 1664.3.3 实施CRM建立以客户价值为核心的电信营销 1694.4 基于数据挖掘的电信经营 1744.4.1 数据挖掘的基本理论 1744.4.2 数据挖掘在电信经营中的应用 1804.5 利用电信CRM提高企业核心竞争力 1854.5.1 企业核心竞争力的概念 1854.5.2 电信企业核心竞争力分析 1874.5.3 利用电信CRM提高企业的核心竞争力 189第5章 CRM与企业信息系统的整合及发展 1945.1 基于CRM的企业流程再造 (BPR) 1945.1.1 企业流程再造理论 1945.1.2 基于CRM的电信企业流程再造 1995.2 CRM与企业资源规划 (ERP) 的整合 2045.2.1 企业资源规划 (ERP) 的概念及其功能 2045.2.2 整合CRM与ERP 2075.3 CRM与供应链管理 (SCM) 的整合 2135.3.1 供应链管理理论 2135.3.2 CRM与供应链管理的整合 2185.4 CRM与电子商务 (EC) 的整合 2235.4.1 电子商务的发展困境 2235.4.2 CRM作用于电子商务的价值分析 2255.4.5 CRM在电子商务中的应用 2295.4.6 电子商务时代电信企业的发展 2325.5 eCRM和mCRM 2365.5.1 eCRM 2365.5.2 mCRM 240第6章 电信企业CRM系统的实施 2446.1 构建电信企业CRM流程 2446.1.1 电信企业实施CRM前应注意的问题 2446.1.2 电信CRM项目实施的阶段划分 2476.1.3 电信CRM项目实施规划图 2486.1.4 CRM的运作流程 2496.2 电信CRM系统的基本功能 2506.2.1 典型的电信CRM系统框架模型 2506.2.2 电信CRM系统的组成及其基本功能 2526.2.3 对提供电信CRM解决方案厂商的要求 2606.3 电信CRM系统的实施 2606.3.1 CRM系统的实施类型 2606.3.2 电信CRM系统的实施步骤 2616.4 电信CRM系统实施成功的衡量 2656.4.1 电信CRM系统实施成功的衡量 2656.4.2 CRM实施中的误区 2686.5 实施案例：江苏电信集团客户管理系统 2716.5.1 客户需求分析 2716.5.2 实施方案 2736.5.3 项目实施 2756.5.4 应用功能 277

<<电信企业客户关系管理>>

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>