

<<客户关系管理理论与实践>>

图书基本信息

书名：<<客户关系管理理论与实践>>

13位ISBN编号：9787121128233

10位ISBN编号：7121128233

出版时间：2011-2

出版时间：电子工业出版社

作者：夏永林，顾新 著

页数：232

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>

<<客户关系管理理论与实践>>

前言

客户关系管理（Customer Relationship Management, CRM）作为一种以客户为中心的经营理念、经营思想与以互联网、信息技术为主要特征的现代科技相结合的产物，其核心思想是在企业经营中，以客户为导向，把有关市场和客户的信息加以收集、整理，并运用现代技术的手段与方法进行管理，以达到在企业内部或供应链各环节之间实现信息资源共享的目的。

客户关系管理充分利用数据仓库、数据挖掘、商业智能技术、应用集成技术、移动与互联网技术等现代技术手段，将客户、竞争、品牌等营销要素协调运作并实现整体优化，形成集成化的营销、销售和服务的自动化管理系统，其目标定位在于提升企业的市场竞争力、建立并长期保持与客户之间的优质伙伴关系，不断挖掘市场机会，帮助企业规避经营风险、获得稳定的利润。

随着电子商务的普及，客户关系管理在越来越多的行业及领域中广泛应用，为越来越多的企业所青睐。

客户关系管理是伴随着市场环境变化引导企业经营理念的变革与创新、以客户为中心、对客户资源进行有效管理日益成为企业管理的核心、传统的商业运作模式受到挑战，必将为新的商业运作模式所代替、企业追求盈利的需要拉动客户关系管理的产生以及新的计算机通信技术的发展而产生与发展起来的。

尽管目前理论界和企业界对于客户关系管理的概念及其内涵的认识和理解并不完全一致，特别是目前还没有关于客户关系管理最权威的定义，但是有一点认识是相同的，即不能把客户关系管理仅仅理解为是一种技术手段或是一套软件系统，而是建立在现代信息技术基础之上的一种企业经营理念和管理模式，它是与现代营销管理思想的发展有着密不可分的关系。

正因为如此，本书用了很大的篇幅侧重于从管理的视角而不是单从技术的视角来介绍客户关系管理的思想及其基本原理。

本教材共分为9章内容。

第1章重点介绍了客户关系管理的内容及其产生的背景，对当前理论界研究的现状及其应用状况做了综述；第2章重点选取了客户细分、客户价值及其客户满意与忠诚作为本书的理论基础；第3章主要介绍了客户关系管理系统的构成及其三种CRM类型的功能；第4、5两章主要是从战略的角度客户关系管理战略规划及其与企业组织重构、业务流程再造、企业资源规划和供应链管理等企业战略活动的关系；第6、7两章较为全面、精炼地介绍了作为客户关系管理技术支持的多项现代技术手段的应用；第8、9两章主要介绍了CRM系统的设计、实施与运行绩效评价的流程及其方法。

全书由夏永林负责整体结构和内容的策划、统稿及最后的审阅；顾新负责第3、6、7、8章的内容审阅工作。

各个章节的编写分工是：第1章、第9章由夏永林编写；第2章由张熙凤编写；第3章由陈兴、华巧招编写；第4章由陈兴、赵卫卫编写；第5章由夏永林、姚瑶编写；第6章、第7章由顾新、赵振华编写；第8章由张熙凤、吴婷艳编写；第9章由夏永林、李莹莹编写。

本书得到了西安电子科技大学教材立项重点资助，在编写过程中得到了电子工业出版社高等教育分社陈晓莉总编的大力支持；同时，西安电子科技大学经济管理学院王安民教授、李华教授对本书进行了审阅并提出了许多宝贵的意见，在此对他们的辛勤工作表示衷心的感谢。

最后，在本书编写过程中，编者借鉴和参阅了大量的国内外出版物及其网上资料，由于受编写体例的限制未能在书中一一标明出处，只在书中部分注明和在参考文献中列出部分参考文献，在此，也向各位作者表示由衷的敬意、感谢和歉意。

由于客户关系管理发展迅速，目前理论研究远远跟不上CRM的发展速度，尽管编者为此书付出了艰苦的努力，但由于学识与水平有限，书中还存在着大量的疏漏乃至错误，欢迎专家、同仁和广大读者批评指正，我们本着虚心学习和诚恳的态度加以改正。

<<客户关系管理理论与实践>>

内容概要

《客户关系管理理论与实践》较为全面、系统地介绍了客户关系管理（CRM）的基本思想、管理理念、战略规划、技术支持以及CRM系统的设计、实施与运行绩效评价。

全书共分为9章内容，首先向读者介绍了客户关系管理的基本内涵、产生背景、理论基础及客户关系管理系统理论；其次从战略的角度介绍了客户关系管理战略规划及其与企业组织重构、业务流程再造、企业资源规划和供应链管理等企业战略活动的关系；再次是集中介绍了作为客户关系管理技术支持的多项现代技术手段的应用；最后介绍了CRM系统的设计、实施与运行绩效评价的流程及其方法。

《客户关系管理理论与实践》结构合理，内容丰富，篇幅精炼，在理论上介绍目前理论界关于客户关系管理研究的最新成果和方法，在内容上插入许多典型的案例和实践经验。

读者对象：既可以作为大专院校电子商务、市场营销、工商管理等专业教材，也可以作为相关领域的管理及研究人员的参考资料。

<<客户关系管理理论与实践>>

书籍目录

第1章 客户关系管理概述1.1 客户关系管理溯源1.1.1 客户关系管理产生的背景1.1.2 客户关系管理概念1.2 客户关系管理解决问题的思路、具体内容及其意义1.2.1 客户关系管理解决问题的思路1.2.2 客户关系管理的具体内容1.2.3 客户关系管理对企业管理的意义1.3 当前客户关系管理的研究与应用现状1.3.1 客户关系管理的研究现状及研究重点1.3.2 客户关系管理的应用现状【思考题】【课后案例】【案例思考题】第2章 客户关系管理理论基础2.1 客户细分理论2.1.1 客户细分的概念及目的2.1.2 客户细分的方式与模型2.2 客户价值理论2.2.1 客户价值与顾客价值2.2.2 理论上计算客户价值的基本方法2.2.3 关于客户价值计量的认识2.3 客户满意与客户忠诚理论2.3.1 客户满意理论2.3.2 客户忠诚理论2.3.3 客户满意陷阱与客户忠诚【思考题】【课后案例】【案例思考题】第3章 客户关系管理系统理论3.1 客户关系管理系统概述3.1.1 客户关系管理系统的内涵3.1.2 客户关系管理系统的组成结构3.1.3 客户关系管理系统的发展3.2 客户关系管理系统的功能划分3.2.1 销售自动化及其功能3.2.2 营销自动化及其功能3.2.3 客户服务自动化及其功能3.2.4 现场服务管理功能3.3 客户关系管理系统的分类及功能3.3.1 运营型CRM3.3.2 分析型CRM3.3.3 协作型CRM3.3.4 三类CRM系统的定位及其关系【思考题】【课后案例】【案例思考题】第4章 客户关系管理战略4.1 客户关系管理战略概述4.1.1 对客户关系管理战略的一般分析4.1.2 对客户关系管理战略的概念界定4.1.3 客户关系管理战略的基本内容4.2 客户关系管理战略环境分析4.2.1 客户关系管理战略的外部环境分析4.2.2 客户关系管理战略的内部环境分析4.3 客户关系管理战略分类理论及分类矩阵与转化4.3.1 客户关系管理战略分类理论4.3.2 客户关系管理战略分类矩阵与转化4.4 客户关系管理战略目标制定与战略实施4.4.1 客户关系管理战略目标制定4.4.2 客户关系管理战略的核心管理活动4.4.3 客户关系管理战略实施与评价【思考题】【课后案例】【案例思考题】第5章 客户关系管理与企业战略管理变革5.1 客户关系管理战略与企业组织重构5.1.1 企业组织重构基本原理5.1.2 客户关系管理与企业组织重构5.2 客户关系管理战略与企业业务流程再造5.2.1 企业业务流程再造理论及其实施再造的必然性5.2.2 客户关系管理与企业业务流程再造关系5.3 客户关系管理与企业资源规划5.3.1 企业资源计划(ERP)及其应用5.3.2 ERP与CRM的整合5.4 客户关系管理与企业供应链管理5.4.1 供应链管理理论的内涵及其构成5.4.2 供应链管理(SCM)与CRM的应用整合【思考题】【课后案例】【案例思考题】第6章 客户关系管理系统的技术支持()6.1 客户关系管理系统中的呼叫中心技术6.1.1 呼叫中心的含义及其技术基础6.1.2 CRM中的呼叫中心构成与主要功能6.1.3 呼叫中心的建设与管理6.2 客户关系管理系统中的数据管理技术6.2.1 客户关系管理中数据管理的技术基础6.2.2 客户关系管理系统中的客户数据仓库6.2.3 客户关系管理系统中的数据挖掘技术6.3 客户关系管理系统中商业智能技术6.3.1 管理信息系统是商业智能技术的基础6.3.2 CRM与商业决策分析智能【思考题】【课后案例】【案例思考题】第7章 客户关系管理系统的技术支持()7.1 CRM系统中的企业应用集成技术7.1.1 CRM中的信息技术管理7.1.2 CRM中的企业应用集成技术7.1.3 CRM系统中的EAI应用7.2 CRM与软件在线服务技术7.2.1 软件服务从应用服务托管(ASP)到软件在线服务(SaaS)的转变7.2.2 CRM与SaaS的关系7.3 CRM与移动互联网应用技术7.3.1 移动通信和互联网组合及企业的需求7.3.2 移动通信和互联网组合移动为CRM插上了翅膀【思考题】【课后案例】【案例思考题】第8章 客户关系管理系统设计与实施8.1 客户关系管理系统设计8.1.1 客户关系管理系统开发流程与需求分析8.1.2 客户关系管理系统设计8.2 客户关系管理系统实施8.2.1 客户关系管理系统类型的选择8.2.2 客户关系管理系统实施过程8.2.3 客户关系管理系统实施中应注意的问题【思考题】【课后案例】【案例思考题】第9章 CRM的运行绩效评价9.1 CRM的运行绩效评价的一般原理9.1.1 企业绩效评价的内涵、评价原则与评价指标9.1.2 企业绩效评价的一般方法介绍9.1.3 CRM系统运行绩效评价的切入点及指标特征9.2 基于平衡计分卡的CRM的运行绩效评价模型的评价及改进9.2.1 基于平衡计分卡的CRM评价方法的采用9.2.2 基于平衡计分卡的CRM运行绩效评价综合模型9.3 CRM运行风险、成本与效益分析9.3.1 CRM运行风险分析9.3.2 CRM运行成本分析9.3.3 CRM运行的效益分析【思考题】【课后案例】【案例思考题】参考文献

<<客户关系管理理论与实践>>

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>