

<<ERP客户关系管理实务>>

图书基本信息

书名：<<ERP客户关系管理实务>>

13位ISBN编号：9787302269786

10位ISBN编号：7302269785

出版时间：2012-1

出版时间：清华大学出版社

作者：石焱 等编著

页数：152

字数：249000

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>

<<ERP客户关系管理实务>>

内容概要

本书以企业真实业务为原型，突出实战，重点介绍了信息化环境下企业围绕客户所开展的各项业务及其全流程，并通过精心设计的20个工作场景，即20个实验，将这些企业业务场景串连起来，各个实验既可独立运作，又环环相扣。

本书共分7章。

第1章介绍了本书的设计思想与结构、原型企业情况和实验平台——用友turbocrm管理软件，第2章至第7章围绕原型企业，分别介绍了企业的信息化系统如何构建，以及在企业围绕客户开展的业务中最为重要的客户管理、市场管理、销售管理和售后服务管理，最后介绍如何运用信息化手段与工具对企业业务及管理进行综合分析，并以实验的方式介绍了以上模块的使用方法和业务内容。

本书是用友erp系列实验用书，也可作为高等院校市场营销及工商管理类相关专业的教学实验用书。

<<ERP客户关系管理实务>>

书籍目录

第1章 走近《erp客户关系管理实务》

1.1 实务教程使用导航

1.1.1 设计思想

1.1.2 编写特色

1.1.3 学习建议

1.2 认识实验原型企业

1.2.1 原型企业行业认知

1.2.2 原型企业现状及信息化规划

1.2.3 现状呈现

1.2.4 业务流程规划

1.2.5 crm知识

1.2.6 客户关系管理(crm)为企业带来的好处

1.2.7 认识信息化平台用友turbocrm

1.2.8 总体结构

1.2.9 产品特色

1.2.10 与其他系统的整合

第2章 企业系统构建

2.1 系统概述

2.1.1 功能概述

2.1.2 系统构建的操作流程

2.2 应用实务

2.2.1 实验一系统管理及基础设置

2.2.2 实验二企业资源管理

第3章 客户管理

3.1 系统概述

3.1.1 功能概述

3.1.2 相关知识

3.1.3 客户管理的业务流程

3.1.4 与其他实验的数据关联

3.2 应用实务

3.2.1 实验三线索管理与转化

3.2.2 实验四客户管理与分配

3.2.3 实验五客户综合管理

3.2.4 实验六客户积分管理

第4章 市场管理

4.1 系统概述

4.1.1 功能概述

4.1.2 市场管理的业务流程

4.1.3 与其他实验的数据关联

4.2 应用实务

4.2.1 实验七活动营销管理

4.2.2 实验八其他营销管理

第5章 销售管理

5.1 系统概述

5.1.1 功能概述

<<ERP客户关系管理实务>>

5.1.2销售管理的业务流程

5.1.3与其他实验的数据关联

5.2应用实务

5.2.1实验九销售计划管理

5.2.2实验十销售机会管理

5.2.3实验十一行动与费用管理

5.2.4实验十二报价管理与审批流

5.2.5实验十三销售漏斗管理

5.2.6实验十四订单管理

第6章 服务管理

6.1系统概述

6.1.1功能概述

6.1.2服务管理的业务流程

6.1.3与其他实验的数据关联

6.2应用实务

6.2.1实验十五服务计划与服务请求管理(结合工单)

6.2.2实验十六服务队列管理

第7章 综合管理分析

7.1系统概述

7.1.1功能概述

7.1.2管理分析的业务流程

7.1.3与其他实验的数据关联

7.2应用实务

7.2.1实验十七客产调查与分析

7.2.2实验十八万用报表分析

7.2.3实验十九客户价值挖掘

7.2.4实验二十金字塔评估

附录 综合实验

附录一实验导航图

附录二系统登录预设账号

附录三数据库备份、还原处理

<<ERP客户关系管理实务>>

章节摘录

版权页：插图：（2）忌不重视系统的数据分析，而只重视交易记录的管理。笔者在跟客户接触的过程中，发现很多企业用户对交易记录的管理特别重视，但是只关注交易记录的本身，而不注重对这些价值的利用，如数据分析等。

当然，这跟项目本身的进度也有一定关系。

在项目上线之前，由于系统中缺乏数据，所以，我们实施顾问在给用户讲解数据分析功能时，基本是从理论上讲解数据分析的功能，或者说，采取一些模拟数据。

如在讲解客户价值分析功能时，往往需要半年甚至更长时间的交易记录，由于在上线之前，CRM系统中没有这方面的基础资料。

所以，在系统培训时，我们就只是从理论出发，讲述客户价值分析的意义；或者只是简单地采用一些记录在系统中模拟一遍。

这对企业来说，印象就不深。

另一方面，就是企业本身管理层面的问题。

其实，在手工管理阶段，由于各方面数据收集的困难，所以，企业管理层也一直忽视数据的分析。

如笔者接触过很多客户，他们在上CRM项目之前，虽然听过客户周期管理与分析、客户价值分析、客户忠诚度分析等，但是，却没有多少企业在真正这么做。

因为数据收集比较困难，工作量比较大，而且，他们对于数据分析的结果，到底能够起到多大作用，也是心存疑惑。

在种种因素的影响下，企业在手工管理中，也很少有企业重视数据分析的功能。

这就直接导致企业CRM系统上线之后，仍然忽视系统的分析功能。

<<ERP客户关系管理实务>>

编辑推荐

《ERP客户关系管理实务》读者对象：高等学校经济管理或其他非管理专业的学生，社会相关在职人员，职业经理人，企业管理人员。

用友TurboCRM 7.0软件教学用数据库文件，Excel格式的数据模板，PPT教学课件。

<<ERP客户关系管理实务>>

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>