

<<什么是客户关系管理>>

图书基本信息

书名：<<什么是客户关系管理>>

13位ISBN编号：9787505391222

10位ISBN编号：7505391224

出版时间：2003-10-01

出版时间：电子工业出版社

作者：(美)伯杰龙

页数：163

字数：123000

译者：裴鸣

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>

<<什么是客户关系管理>>

内容概要

本书从历史的、经济的、技术的和客户的角度阐述了什么是CRM，什么不是CRM。介绍了实施CRM的最新技术和相关技巧，并提供了测算实施CRM的成本、投资回报的方法，从面临的挑战、CRM的经济性与风险管理等方面阐述了如何实现高效的CRM。本书以一个贯穿全书的故事，深入浅出地道出了CRM的精髓，每章的“建议与技巧”部分对有关问题提出了具体的解决步骤。

<<什么是客户关系管理>>

作者简介

布赖恩·伯杰龙，30多年来一直致力于计算机以及电子通信方面的研究，目前任教于哈佛医学院以及麻省理工学院。

<<什么是客户关系管理>>

书籍目录

序言第1章 CRM是什么 1 CRM的关键概念 6第2章 客户眼中的CRM 13 关键问题 15 管理客户的期望 16 名牌的特性 20 接触点 22 维护相互关系的动力 24 忠诚的效果 25第3章 公司经常采用的CRM 31 站在公司的角度 33 对客户进行全面观察 35 对客户进行分组 39 改进内部流程 40 核心竞争力 42 雇员的满意 43 CRM外包 45 战略伙伴和联盟 46 不断的革新 48第4章 实现CRM的相关技术 51 CRM技术概述 55 计算机软件 62 计算机硬件 65 流程和专业性服务 72 电子通信产品及服务 74 技术挑战 77 CRM的重点 79 未来的趋势 80第5章 网络化的CRM 83 网站和电子CRM 87 网上客户的期望 93 电子CRM的计算机技术 95 电子CRM面临的挑战 98 CRM和电子CRM的未来 100第6章 CRM方案的评估 103 解决方案的选择 106 CRM产品评价 107 软件评价 111 对开发商的评估 113 对卖方的评估 117 主要竞争者 119第7章 CRM的投资回报 123 CRM市场的增长 126 CRM实施的关键人物 127 CRM投资项目 129 项目失败的风险 131 时间问题 135第8章 如何实现高效的CRM 139 第1阶段：数据收集 143 第2阶段：计划 144 第3阶段：行动 152 第4阶段：评估 153 第5阶段：修正 154实施CRM面临的挑战 154CRM的未来 158术语表 161

<<什么是客户关系管理>>

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>