

<<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：9787509611197

10位ISBN编号：7509611199

出版时间：2010-12

出版时间：经济管理出版社

作者：赵冰，陶峻 主编

页数：290

字数：306000

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

本教材的作者在深入借鉴各国优秀教学方式、方法的基础上，根据工商管理专业的实际，采用国际化案例教学方法组织教材编写。

包含了大量国际、国内企业的案例，可以供教师或学生进行案例教学或学习使用。

本教材以提升学生国际化视野、培养学生国际化能力为目标，汇集了国际客户关系管理相关领域的最新观点、内容、原理和方法，吸收了国内外教材的众多优点，既突出国内的实际管理教学情况，又力求体现国际化的特点。

本教材既适合于全国各高等学校经济管理类专业的本科生使用，同时也可以作为管理实践第一线的各类管理人员系统学习管理理论的参考书。

<<客户关系管理>>

作者简介

赵冰，北京大学管理学博士，首都经济贸易大学工商管理学院副教授，主讲客户关系管理、消费者行为学等课程。

陶峻，南开大学管理学博士，首都经济贸易大学工商管理学院副教授，主讲电子商务、客户关系管理等课程。

## <<客户关系管理>>

### 书籍目录

#### 第一部分 客户关系管理的基本原则

##### 第一章 客户关系管理的产生背景

###### 第一节 客户关系管理的起源

###### 第二节 技术革命和客户革命

###### 一、技术革命

###### 二、客户革命

###### 第三节 关系营销理论

###### 一、关系营销理论的概述

###### 二、关系营销的特点

###### 三、关系营销的核心——客户关系管理

###### 第四节 客户关系管理的定义和内涵

###### 一、客户和客户关系

###### 二、客户关系管理的内涵

###### 三、CRM述评及研究发展方向

###### 词汇表

###### 小结

###### 延伸阅读

###### 参考文献

##### 第二章 企业战略层面的客户关系管理

###### 第一节 客户关系管理与企业核心竞争力

###### 一、企业核心竞争力的概述

###### 二、CRM是打造企业核心竞争力的“利器”

###### 三、CRM如何打造企业的核心竞争力

###### 第二节 客户关系管理与企业业务流程重组

###### 一、业务流程重组的基本原理

###### 二、CRM环境下企业业务流程重组面临的挑战

###### 三、CRM系统中的业务流程重组

###### 词汇表

###### 小结

###### 延伸阅读

###### 参考文献

##### 第三章 企业业务层面的客户关系管理——以呼叫中心为例

###### 第一节 呼叫中心的起源和发展

###### 第二节 呼叫中心的概念及基本结构

###### 一、呼叫中心的概念

###### 二、呼叫中心的基本结构

###### 第三节 基于CRM的呼叫中心

###### 一、基于CRM的呼叫中心系统工作模式

###### 二、呼叫中心的作用

###### 三、典型呼叫业务流程简介

###### 第四节 呼叫中心的建设与管理

###### 一、呼叫中心的建设模式

###### 二、呼叫中心的绩效管理

###### 词汇表

###### 小结

## <<客户关系管理>>

延伸阅读

参考文献

### 第四章 客户关系管理实施与测评

#### 第一节 客户关系管理的实施

- 一、CRM项目管理简述
- 二、CRM项目实施目标、原则及流程
- 三、CRM项目实施的企业现有基础
- 四、影响CRM项目实施效果的因素

#### 第二节 客户关系管理的效果测评

- 一、实施CRM效果测评的必要性
- 二、CRM效果测评现状
- 三、CRM效果测评指标体系设计

词汇表

小结

延伸阅读

参考文献

### 第二部分 客户关系管理的技能

#### 第五章 客户期望

##### 第一节 客户期望的概念及内涵

##### 第二节 客户期望的分类

- 一、根据期望的清晰化程度, Jukka Ojasalo将客户期望分为: 模糊期望、隐性期望和显性期望
- 二、根据客户对期望的要求程度, Berry、Parasuraman和Zeithaml将客户期望分为: 合意期望、容忍区域和理想期望

三、日本质量管理专家卡诺提出了三种类型的客户期望, 即基本型期望、价格关联型期望和超值满足型期望

##### 第三节 客户期望的特性

- 一、个体性
- 二、动态性
- 三、层次性

##### 第四节 影响客户期望的因素分析

- 一、企业的承诺
- 二、客户的购买经验
- 三、客户的口头宣传
- 四、客户的个人需要
- 五、客户的选择范围

##### 第五节 客户期望管理

- 一、客户期望管理的原因
- 二、客户期望管理的策略

词汇表

小结

延伸阅读

参考文献

#### 第六章 客户信任

##### 第一节 客户信任的基本概念

- 一、客户信任的内涵
- 二、客户信任的分类

##### 第二节 客户信任的形成过程

## <<客户关系管理>>

### 第三节 培育客户信任的策略

- 一、加快营销观念转变, 树立客户信任新思想
- 二、加快组织结构重组, 建构快速响应新流程
- 三、改革传统沟通模式, 拓展客户沟通新渠道
- 四、实施客户信任营销, 建设客户服务新体系
- 五、推行客户信任评价, 营造信任评价新环境

词汇表

小结

延伸阅读

参考文献

### 第七章 客户价值

#### 第一节 客户价值的内涵

- 一、客户价值的理论综述
- 二、客户价值的两个方面
- 三、客户价值的定义

#### 第二节 客户价值的特性

- 一、客户价值的多样性
- 二、客户价值的层次性
- 三、客户价值的动态性

#### 第三节 客户价值的分类

#### 第四节 客户价值分析——客户价值的驱动因素

- 一、评估价值
- 二、关系价值

#### 第五节 客户价值分析在客户关系管理中的应用

- 一、建立客户关系管理系统
- 二、进行客户价值管理

词汇表

小结

延伸阅读

参考文献

### 第八章 客户满意

#### 第一节 客户满意的内涵

- 一、客户满意的定义
- 二、客户满意的类型

#### 第二节 客户满意的重要性

#### 第三节 影响客户满意的因素分析

#### 第四节 客户满意度调查分析

- 一、度量客户满意度的价值
- 二、进行客户满意度调查
- 三、正确理解客户满意度评测结果

词汇表

小结

延伸阅读

参考文献

### 第九章 客户忠诚

#### 第一节 客户忠诚的概念

- 一、客户忠诚的定义

## <<客户关系管理>>

### 二、产生客户忠诚的因素

#### 第二节 客户忠诚的分类

#### 第三节 客户忠诚的度量

#### 第四节 客户忠诚的价值分析与维持

##### 一、客户忠诚的价值分析

##### 二、客户忠诚的维护

#### 第五节 客户满意与客户忠诚的关系

##### 一、高度竞争行业

##### 二、低度竞争行业

#### 词汇表

#### 小结

#### 延伸阅读

#### 参考文献

### 第十章 客户抱怨

#### 第一节 客户抱怨的概念

#### 第二节 正确面对客户抱怨

#### 第三节 客户抱怨的动机以及客户抱怨行为分类

##### 一、客户抱怨的动机

##### 二、客户抱怨行为的分类

#### 第四节 客户抱怨行为影响因素分析

##### 一、促使客户采取直接抱怨行为的变量

##### 二、影响客户的抱怨价值感知、成功可能性感知以及抱怨意志的前因变量

#### 第五节 预防和处理客户抱怨的对策

##### 一、客户抱怨的预防措施

##### 二、客户的抱怨补救

#### 第六节 客户抱怨与客户满意、客户忠诚

#### 词汇表

#### 小结

#### 延伸阅读

#### 参考文献

### 第三部分 客户关系管理的操作

#### 第十一章 数据仓库与客户关系管理

##### 第一节 相关知识要点

##### 一、数据仓库的基本概述

##### 二、CRM中的数据仓库

##### 第二节 实训操作

#### 延伸阅读

#### 第十二章 数据挖掘与客户关系管理

##### 第一节 相关知识要点

##### 一、数据挖掘的定义

##### 二、数据挖掘在CRM中的应用

##### 第二节 实训操作

##### 一、PolyAnalyst简介

##### 二、问题定义

##### 三、导入数据

##### 四、数据预处理

##### 五、初步分析

<<客户关系管理>>

六、利用决策树进行直销数据挖掘

七、决策树模型检验

延伸阅读

第十三章 WiseCRM系统应用示范

第一节 相关知识要点

一、软件主要功能

二、系统配置需求

第二节 实训操作

一、软件基本功能使用

二、客户与联系人管理

三、业务活动管理

四、销售分析与报表设计

延伸阅读

后记



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>