

<<客户关系管理之叶问>>

图书基本信息

书名：<<客户关系管理之叶问>>

13位ISBN编号：9787546403984

10位ISBN编号：7546403987

出版时间：2011-7

出版时间：成都时代出版社

作者：叶开 著

页数：380

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>

## <<客户关系管理之叶问>>

### 内容概要

《客户关系管理之叶问理论与实务》主要从实践的角度探讨了客户关系管理从起源、发展到企业如何进行CRM规划和选型，以及以客户需求为驱动的营销模式和CRM功能实现，并探讨了CRM实施，最后提供了基于案例的CRM实践，为读者系统了解和认识客户关系管理的全过程提供了多层次的指导。

《客户关系管理之叶问理论与实务》由行业资深专家和高校教授共同编写，强强合作有效确保了《客户关系管理之叶问理论与实务》内容的理论性和实务操作的相互结合。

《客户关系管理之叶问理论与实务》不仅是企业高中级经理和有关研究人员了解和实践CRM的重要参考书，全国各大院校管理专业师生和MBA的学习教材，而且是从事CRM管理咨询、项目实施、软件开发的公司、机构和专业人士基础和提的工具书；同时，还可以供企业管理人员培训和社会爱好者自学使用。

## <<客户关系管理之叶问>>

### 书籍目录

第一章 基础知识起源与发展CRM 起源CRM 产生的原因CRM 的发展动力CRM 的分化CRM 的作用基本概念CRM 定义对CRM 定义的理解社会化客户关系管理管理实践CRM 管理实践CRM 管理延伸系统剖析客户管理联系人管理时间管理潜在客户管理销售管理电话营销和电话销售营销管理客户服务客户交互中心合作伙伴关系管理知识管理商业智能电子商务第二章 理念思想战略理念CRM 战略的重要性CRM 企业战略客户资源客户资源的定义客户资源的重要性客户资源竞争策略客户资源体系的整体性客户细分客户细分概述常见的客户细分方法客户价值客户价值客户净价值与品牌净价值客户生命周期客户生命周期的阶段客户生命周期价值客户满意度与忠诚度客户满意度客户忠诚度客户满意度与忠诚度模型CRM 完整过程交叉销售与升级销售交叉销售 ( cross-selling ) 升级销售 ( up - selling ) 交叉销售和升级销售的实现第三章 系统技术软件功能客户管理联系人管理销售管理活动管理客户交互中心客户服务现场服务电话营销电话销售营销管理线索管理伙伴关系管理知识管理商业智能分析电子商务系统架构与实现设计思路业务架构系统架构具体实现实现方式呼叫中心呼叫中心的发展呼叫中心的基本概念呼叫中心的分类与构成呼叫中心的功能与应用数据仓库与商业智能数据仓库概述数据仓库的主要技术数据仓库在CRM 中的应用商业智能与CRM第四章 厂商产品系统评估评估标准概述评估模型指标具体应用方法主流CRM 商解决方案Siebel 解决方案SAP 解决方案Saleslogix 解决方案MSCRM 解决方案Sage CRM 解决方案SalesForce 解决方案SugarCRM 解决方案主流呼叫中心解决方案亚美亚解决方案科胜通解决方案恒生IPCC 解决方案第五章 规划实施建立CRM 战略规划的重要性项目目标和范围CRM 目标设定CRM 战略与实现CRM 战略开发步骤技术实现定义CRM 需求业务需求分类需求的定义需求的特征需求的层次CRM 实现方式选择系统构建系统购买SaaS 服务项目的个性化与标准化CRM 项目实施方法论实施推广策略实施项目管理成功实施要点项目评估验收项目评估的误解CRM 的ROI项目ROI 评估过程

<<客户关系管理之叶问>>

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>