

<<客户关系管理实务>>

图书基本信息

书名：<<客户关系管理实务>>

13位ISBN编号：9787811236712

10位ISBN编号：7811236710

出版时间：2009-8

出版时间：北京交通大学出版社

作者：蔡瑞林，徐德务 主编

页数：326

字数：524000

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>

## <<客户关系管理实务>>

### 内容概要

本书采用任务驱动模式，以模块化形式组织课程体系，立足企业客户管理岗位的工作背景，紧扣客户管理人员所需的知识、技能和态度，围绕国家相关职业标准，设计了“认识客户关系管理”、“识别与开发客户”、“建设和管理客户信息库”、“提升服务的满意度和客户的忠诚度”、“客户关系管理的应用”5个模块。

本书可作为普通高等教育经济管理类本科专业学习客户关系管理课程的教材，也可作为高职高专、成人教育和继续教育相关专业的教材，还可作为企业管理人员培训和参考用书。

## <<客户关系管理实务>>

### 书籍目录

#### 模块一 认识客户关系管理

##### 第1章 客户关系管理的职位分析描述

###### 1.1 客户关系管理及其组织理论

###### 1.1.1 客户关系管理的内涵

###### 1.1.2 客户关系管理型组织理论

###### 1.2 客户关系管理的职位分析描述

###### 1.2.1 客户关系管理在企业整体组织结构中的位置

###### 1.2.2 客户关系管理的岗位职责

###### 1.2.3 职务说明书概述

###### 1.2.4 客户关系管理岗位职务说明书的编制

###### 1.2.5 客户关系管理岗位人员的素质

###### 复习思考题

##### 第2章 客户关系管理流程设计

###### 2.1 客户关系管理与业务流程

###### 2.1.1 客户关系管理与业务流程的理论与实践

###### 2.1.2 CRM系统中的企业业务流程再造

###### 2.2 客户关系管理的主要工作流程及说明

###### 2.2.1 流程图绘制的基本技能

###### 2.2.2 客户关系管理实践活动的主要工作流程

###### 2.2.3 客户关系管理工作流程范例

###### 复习思考题

#### 模块二 识别与开发客户资源

##### 第3章 识别客户关系管理中的客户

###### 3.1 选择识别客户的视角

###### 3.1.1 认识客户

###### 3.1.2 识别客户的重要性

###### 3.1.3 识别客户的途径

###### 3.1.4 识别客户的方法

###### 3.2 识别客户的需求

###### 3.2.1 识别谁的需求

###### 3.2.2 识别客户的购买动机

###### 3.2.3 识别客户需求的类型

###### 3.2.4 识别客户需求的方法

###### 3.3 评估企业的客户

###### 3.3.1 评估客户的依据

###### 3.3.2 评估客户的发展战略

###### 复习思考题

##### 第4章 分析客户的商业价值

###### 4.1 认识客户的商业价值

###### 4.1.1 客户价值理论

###### 4.1.2 客户价值的驱动分析

###### 4.1.3 客户商业价值的分析

###### 4.2 区分客户的商业价值

###### 4.2.1 客户商业价值的指标

###### 4.2.2 客户商业价值的计算

## <<客户关系管理实务>>

4.2.3 客户商业价值的区分与管理

4.3 计算客户的终生价值

4.3.1 客户生命周期与客户终生价值

4.3.2 客户终生价值的计算

复习思考题

第5章 开发客户资源

5.1 培养与客户沟通的技巧

5.1.1 选择与客户沟通的工具

5.1.2 设计与客户沟通的方式

5.1.3 如何提出合理的承诺

5.2 开发客户资源

5.2.1 选择客户开发的工具和方法

5.2.2 制定客户开发的计划

5.2.3 客户开发的管理

复习思考题

模块三 建设与管理客户信息库

第6章 建立和利用客户档案

6.1 建立客户档案

6.1.1 理解客户档案的基本内容

6.1.2 设计客户档案的基本形式

6.1.3 CRM的客户数据库

6.1.4 客户信息资料的收集方法和途径

6.2 利用客户档案

6.2.1 整理、分类客户档案

6.2.2 客户档案的分析和利用

复习思考题

第7章 评估和控制客户信用

7.1 评估客户信用

7.1.1 管理客户信用档案

7.1.2 评估客户信用状况

7.1.3 确定客户信用等级

7.1.4 给予客户合理的信用政策

7.2 控制客户信用

7.2.1 赊销风险管理

7.2.2 客户信用风险的动态监控与调整

7.2.3 追账

复习思考题

模块四 提升客户的满意度和客户的忠诚度

第8章 提高客户服务质量

8.1 客户服务质量与客户价值

8.1.1 理解和分析客户服务质量

8.1.2 理解和分析客户感知服务质量

8.2 提高客户服务质量的方法

8.2.1 实施服务营销策略

8.2.2 建立客户服务的质量指标体系

8.2.3 控制客户服务质量

8.3 处理客户的抱怨与投诉

## <<客户关系管理实务>>

8.3.1 分析客户的抱怨与投诉

8.3.2 处理客户抱怨与投诉的方法

复习思考题

第9章 测评与提高客户的满意度

9.1 认识客户满意和客户忠诚

9.1.1 认识客户满意与客户满意度

9.1.2 认识客户忠诚与客户忠诚度

9.1.3 认识客户满意与客户忠诚的相互关系

9.2 测评客户的满意度

9.2.1 了解满意度测评的含义

9.2.2 建立客户满意度指标体系

9.2.3 进行客户满意度测评

9.3 提高客户的满意度

9.3.1 建立客户满意管理体系

9.3.2 选择客户满意度提高的方法

9.3.3 制定客户忠诚计划

复习思考题

模块五 客户关系管理的应用

第10章 渠道客户的客户关系管理

10.1 选择渠道客户

10.1.1 渠道客户选择的各种因素分析

10.1.2 选择渠道客户的方法一

10.2 激励渠道客户

10.2.1 加强分销客户的管理

10.2.2 终端渠道客户的管理

10.3 处理渠道客户间的冲突

10.3.1 正确看待渠道客户间的冲突

10.3.2 解决渠道客户冲突的管理方法

10.3.3 控制窜货行为

复习思考题

第11章 核心客户的管理

11.1 评估和选择核心客户

11.1.1 识别与评估核心客户

11.1.2 核心客户的选择

11.2 核心客户管理的方法与策略

11.2.1 核心客户的一般管理方法

11.2.2 核心客户的管理策略

复习思考题

第12章 客户关系管理与营销

12.1 基于客户关系管理的营销管理

12.1.1 营销管理中导入客户关系管理的必要性

12.1.2 实施以客户为中心的营销策略

12.2 关系营销

12.2.1 了解关系营销的含义

12.2.2 关系营销的具体实施

12.2.3 关系营销策略

12.3 一对一营销

## <<客户关系管理实务>>

12.3.1 了解一对一营销的含义

12.3.2 一对一营销的实施

12.4 数据库营销

12.4.1 了解数据库营销的含义

12.4.2 数据库营销的实际应用

12.5 直复营销

12.6 CRM的营销自动化

12.7 CRM营销的其他理念

12.7.1 概念营销

12.7.2 逆向营销

12.7.3 情感营销

12.7.4 电子营销

12.7.5 体验营销

12.7.6 协同营销

12.7.7 整合营销

复习思考题

### 第13章 客户关系管理系统的设计与建设

13.1 设计与建设客户关系管理系统

13.1.1 设计CRM系统结构模型

13.1.2 策划和建设呼叫中心

13.1.3 客户数据库的建立

13.2 客户关系管理与企业资源计划、供应链管理的整合

13.2.1 客户关系管理与企业资源计划的整合

13.2.2 客户关系管理与供应链管理的整合

13.3 客户关系管理与电子商务

13.3.1 CRM与电子商务的融合

13.3.2 电子商务架构下的客户关系管理系统——eCRM

13.3.3 电子客户关系管理(eCRM)的应用介绍

复习思考题

参考文献

## <<客户关系管理实务>>

### 编辑推荐

《客户关系管理实务》强化素质教育和能力培养的精神，注重培养学生的科学思维方法和创新精神；课程贯彻以服务社会为宗旨、以提高职业素养和技能为指导方针，突出应用能力的培养，把重点放在概念、结论和方法的实际应用和技能训练上。

作为经济管理类学生的专业基础课，在内容编排上，紧密结合当前客户关系管理实践中遇到的关键问题，重在提高学生分析问题和解决问题的能力。

此外，《客户关系管理实务》在具体实施时注重实践性教学环节，注重教、学、做相结合，主张理论与实践的一体化，并有针对性地采取案例研讨、任务驱动、项目导向等行动导向的教学模式，体现理论性、实践性和开放性的要求，力求通过本课程的学习，培养学生企业经济管理素质和技能。

<<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>