

《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：9787562468981

10位ISBN编号：7562468982

出版时间：2012-12

出版社：花拥军 重庆大学出版社 (2012-12出版)

作者：花拥军

页数：203

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《客户关系管理》

内容概要

本书较为全面地阐述了客户关系管理的内涵及其相关理论，并以信息技术的发展为主线，对当今客户关系管理的主流技术及方法进行了翔实介绍。本书还对客户关系管理存在的主要问题和未来发展趋势作了概括性总结与分析。

花拥军主编的《客户关系管理(全国首批国家级特色专业市场营销专业本科系列教材)》主要分为9大部分：客户关系管理概论、客户关系管理相关理论、客户关系管理战略、客户关系管理营销策略、客户关系管理系统、客户关系管理数据分析与商业智能、客户关系管理系统与其他管理信息系统的综合、客户关系管理与企业变革、客户关系管理的绩效评价。

《客户关系管理(全国首批国家级特色专业市场营销专业本科系列教材)》适合作为高等学校管理类、经济类以及电子商务类的本专科教材，也适合作为上述相关学科的研究生参考教材。此外，本书还适合于客户关系管理领域的研究或具体工作人员。对企业管理、信息经济、管理信息系统等方面的专业人士也具有一定的参考价值。

《客户关系管理》

书籍目录

第1章 客户关系管理概论 1.1 客户关系管理起源 1.2 客户关系管理发展动力 1.3 客户关系管理未来发展 1.4 客户关系管理的定义与内涵 本章小结 复习思考题第2章 客户关系管理相关理论 2.1 客户与客户关系 2.2 客户满意理论与客户忠诚理论 2.3 客户价值理论 2.4 客户生命周期理论 2.5 4Ps与4Cs营销理论 本章小结 复习思考题第3章 客户关系管理战略 3.1 客户关系管理战略的含义 3.2 cRM战略的内容 3.3 cRM战略目标的制定 3.4 客户关系管理战略的实施与评价 3.5 案例分析：上海大众的cRM战略实施 本章小结 复习思考题第4章 客户关系管理的营销策略 4.1 cRM营销策略概述 4.2 关系营销 4.3 “一对一营销” 4.4 网络营销与数据库营销 4.5 案例分析：国酒茅台的网络数据库营销 本章小结 复习思考题第5章 客户关系管理系统 5.1 客户关系管理系统的类型 5.2 客户关系管理系统的基本功能模块 5.3 客户关系管理软件系统的组成 5.4 客户关系管理系统的实施 本章小结 复习思考题第6章 客户关系管理中的数据分析与商业智能 6.1 客户数据 6.2 客户关系管理数据库与数据仓库 6.3 客户关系管理数据挖掘 6.4 客户关系管理商业智能 本章小结 复习思考题第7章 客户关系管理系统与其他管理信息系统的整合 7.1 与电子商务 7.2 与供应链管理 7.3 与企业资源计划 7.4 与服务外包 7.5 客户关系管理中的知识管理 本章小结 复习思考题第8章 客户关系管理下的企业组织理论 8.1 客户关系管理与企业核心竞争力 8.2 客户关系管理与企业组织再造 8.3 客户关系管理与企业业务流程再造 8.4 客户关系管理与企业文化建设 8.5 案例：网络时代如何提高企业核心竞争力? 本章小结 复习思考题第9章 客户关系管理的绩效评价 9.1 客户关系管理评价的内容 9.2 客户关系管理的运行绩效评价 9.3 客户关系管理的投资绩效评价 本章小结 复习思考题参考文献

《客户关系管理》

编辑推荐

花拥军主编的《客户关系管理(全国首批国家级特色专业市场营销专业本科系列教材)》有严谨的理论框架和丰富详实的内容作为支撑，有效改变了现有多数教材理论框架缺失严重的现状，有助于读者可以更好地理解相关内容。在阐述相关理论的同时，不是照抄照搬国外的先进理论与经验，同时结合我国经济发展的具体现状，创造性地与我国实际加以联系，在做到理论借鉴的同时，增强了理论的实用性。

《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:www.tushu111.com