

客户关系管理解决方案-CRM的理念.方法与软件资源



[客户关系管理解决方案-CRM的理念.方法与软件资源_下载链接1](#)

著者:宝利嘉

出版者:中国经济出版社

出版时间:2002-02

装帧:平装

isbn:9787501754397

本书以崭新的视角和架构，向你全景式地展示了CRM的理念、方法和解决方案，即有宝利嘉在多年理论探索及顾问实践后对CRM的透彻理解，同时也汇集了国内15家优秀软件供应商对CRM的解决方案及成功实施案例，这种结构无疑是对CRM最有价值的探索。

CRM是关系营销、数据库营销、顾客满意战略、大规模定制等营销理论与IT技术手段进展与创新汇合的必然结果，CRM快速成熟并引起业界的密切关注，必将成为企业的核心竞争力。

本书为读者从多方位准确理解与运用CRM提供了强大助益，并使众说纷纭的CRM得以正本清源，是一本不可多得的有关CRM的必读著作。

作者介绍:

宝利嘉顾问：作为《宝利嘉文库》的编撰者，始终扎根于中国市场，多年来致力于本土化管理类知识产品的研发和运营，具有深厚的顾问及培训经验，同时在经管类图书的出版上也成就斐然。团队在宝利嘉顾问公司首席顾问杨东龙先生的指导和统率下，本着专业化、前瞻性、实用性的原则，正在开创一条中西结合的管理之路。

目录: 前言

CRM专家隽语

理念方法篇

第1章 CRM的理念

一、为什么是CRM?

二、为什么是现在?

三、营销演进与环境挑战

四、对CRM的理解和洞察力

五、客户与供应商的关系视角

六、供应商的视角

七、定义CRM

八、聚焦你的客户与关系

九、衡量客户利益与价值

第2章 CRM的策略

一、CRM中的沟通策略

二、均衡投资策略

三、创建CRM流程策略

四、变革组织的策略

五、重建组织结构策略

六、信息技术的策略

七、关键问题与知识成熟策略

八、核心竞争力策略

第3章 CRM的方法

一、从数据、信息到知识

二、为业务问题建模

三、数据挖掘

四、数据挖掘流程

五、数据仓库的成长阶段

六、数据仓库方法论

七、关系技术及其他方法

第4章 CRM的实践

一、CRM的关键成功因素

二、阶段理论的价值

三、什么企业需要CRM

四、完美的CRM功能

五、CRM的实践流程

六、选择你的供应商

七、CRM实施的障碍分析

八、上涨潮流与战略优势

软件资源篇

第5章 北京奥捷特通信技术有限公司

一、公司简介

二、奥捷特对CRM的理解

三、奥捷特的CRM系统构造

第6章 北京汇卓科技有限公司

一、公司简介

二、第四代呼叫中心和客户关系管理(CRM)

第7章 北京联成互动软件有限公司

一、公司简介

二、MyCRM for SFA简介

三、领先的企业级销售管理解决方案

四、角色化、个性化的工作帮助

第8章 北京易达伟业软件技术有限公司

- 一、公司简介
 - 二、易达2001大中型企业CRM解决方案
 - 三、易达2000 CRM中小企业客户关系管理解决方案
 - 四、有关易达 2000 CRM软件界面
- 第9章 北京用友软件股份有限公司

- 一、公司简介
 - 二、概述
 - 三、用友UF/CRM产品特点简介
 - 四、用友UF/CRM产品功能简介
- 第10章 北京中唐网数码科技有限公司

- 一、公司简介
 - 二、中唐科技Zotn.CRM管理系统的作用与好处
 - 三、中唐科技Zotn.CRM系统特性
 - 四、中唐科技Zotn.CRM的各模块功能介绍
 - 五、中唐Zotn.CRM系统十大功能归集
- 第11章 国能科诺商用软件有限公司

- 一、公司简介
 - 二、管理理念
 - 三、主要产品: “世纪企业 (Enterprise@2000) ”
 - 四、支持和服务
 - 五、系统平台
 - 六、首推产品简介
- 第12章 NCR(中国)有限公司

- 一、公司简介
 - 二、Teradata数据仓库事业部简介
 - 三、NCR客户关系管理 (CRM) 软件介绍
- 第13章 TurboCRM信息科技有限公司

- 一、公司简介
 - 二、TurboCRM客户关系管理专家
 - 三、TurboCRM的咨询与实施
- 第14章 济南天辉电子技术有限责任公司

- 一、公司简介
 - 二、天辉客户关系管理系统介绍
- 第15章 华奥软件 (香港) 科技有限公司一、公司简介
- 二、Generation CRM 核心功能
 - 三、Generation CRM 销售自动化 (SFA)
 - 四、我们提供的服务
 - 五、合作伙伴计划

- 第16章 上海GrapeCity.inc信息技术有限公司
- 一、公司简介
 - 二、GrapeCity对CRM的理解和观点
 - 三、GrapeCityCRM集团解决方案的定位
 - 四、GrapeCityCRM产品功能的介绍
 - 五、企业的优势、产品的优势
 - 六、电子商务与企业应用系统的整合 (EAI)
 - 七、GrapeCity能够帮助你实现EAI
- 第17章 上海机械电脑有限公司

- 一、公司简介
 - 二、3S2000/CRM客户关系管理系统
- 第18章 上海中圣信息技术有限公司
- 一、公司简介
 - 二、中圣信息技术有限公司对CRM的理解
 - 三、SellWell2000企业版的软件结构
 - 四、SellWell2000 各子系统应用模块

五、SellWell2000企业版的技术先进性和特点

第19章 深圳优益科技有限公司

一、公司简介

二、UNI-CRM医药企业管理解决方案

成功案例篇

第20章 北京奥捷特通信技术有限公司案例

——北京天伦度假中心CRM的实施

第21章 北京汇卓科技有限公司案例

——汇卓科技CIC智能客户互动中心系统在美国友邦保险公司上海分公司的应用

第22章 北京联成互动软件有限公司案例

——时代集团实施方案

一、客户基本情况

二、应用目标

三、解决方案

——北京希创技术有限公司实施MyCRM / SFA系统方案

第23章 北京易达伟业软件技术有限公司案例

——让客户满意(易达CRM在天津英普客户管理中的应用)

一、客户简介

二、项目需求

三、项目实施

四、应用功能

五、实施效果评价

第24章 国能科诺商用软件有限公司案例

——网住渠道(国能科诺SDM系统在厦新电子有限公司的应用)

一、网络营销势在必行

二、放弃MRPII

三、方案实施过程

四、实施效果

第25章 NCR(中国)有限公司案例

——“关系优化”在澳大利亚国民银行(NAB)的应用

一、摘要

二、介绍

三、国民银行(NAB)的背景

四、国民银行的战略目标

五、CRM在国民银行的发展历史

六、客户细分方案

七、关系优化管理

八、NAB的关系优化管理

九、结论

第26章 TurboCRM信息科技有限公司案例

——TurboCRM助阵科利华

一、科利华：我们需要做得更好

二、企业的核心价值：客户

三、众里寻它千百度，TurboCRM脱颖而出

四、TurboCRM为科利华带来了什么

五、面向未来的思考

第27章 济南天辉电子技术有限责任公司案例

——天辉世纪网络公司对天辉CRM的应用

一、客户背景

二、业务需求

三、方案构成

四、施工及维护

五、客户评价

第28章 上海GrapeCity.inc信息技术有限公司案例

——开源基于节流

一、公司背景

二、明智的选择

三、简捷的实施

四、实在的目标

五、特殊的意义

六、真切的体会

第29章 上海机械电脑有限公司案例

——机械电脑3S2000/CRM改造机床企业客户关系

一、无锡机床厂对3S2000/CRM的应用

二、上海机床厂对3S2000/CRM的应用

第30章 上海中圣信息技术有限公司案例

——CRM让传统邮政生辉

一、企业简况

二、信息化需求——上马CRM：痛苦的抉择

三、CRM系统的引进与实施

四、主要经验与体会

五、系统效益分析

六、展望未来

• • • • • [\(收起\)](#)

[客户关系管理解决方案-CRM的理念.方法与软件资源 下载链接1](#)

标签

CRM

解决方案

看看

评论

客户关系管理其实也是一味药啊。不能乱用。

老掉牙了

覆盖到了基本概念，后半部就是大量的crm服务商名册。这本书好进历史了，已经失去了时效性。

[客户关系管理解决方案-CRM的理念.方法与软件资源_下载链接1](#)

书评

[客户关系管理解决方案-CRM的理念.方法与软件资源_下载链接1](#)