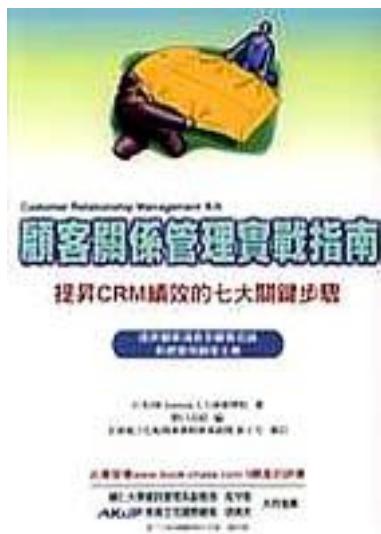


顧客關係管理實戰指南 《提昇CRM績效的七



[顧客關係管理實戰指南 《提昇CRM績效的七](#) [下载链接1](#)

著者:日本Instit

出版者:麗勤管理

出版时间:2004年11月01日

装帧:

isbn:9789868075702

起源於美國的顧客關係管理(Customer Relationship Management, CRM)，是以資訊科技工具達成實現《顧客主義》的目標，其形成背景則是從行銷理論的角度，將《顧客主義》轉化為一對一行銷，從大量生產賣給多數消費者的《大量化行銷》，演進到鎖定市場的《目標對象行銷》，然後，更細分為以顧客區隔的《利基行銷》。

而《顧客關係管理實戰指南》一書不僅為您闡述CRM的五大組成要素、分析CRM環境所使用的技術、探討建構CRM系統的資訊工具；並且解析制定CRM策略方案的流程，以及運用CRM的知識管理來實現顧客主義的方法。在現今追求建立以顧客為導向之企業組織的時代中，本書所解析實現顧客主義策略的具體步驟與執行藍圖，正是帶領企業擬定顧客策略與邁向完美的CRM願景時，所不可或缺的《Know How/Do How》重要參考手冊。

作者介绍:

日本人力資源學院(HR Institute)

設立於1993年，該學院不偏重理論闡述，而是以提供實用性的諮詢、實效性的研習為主的顧問諮詢機構。

日本人力資源學院所獨立自行開發的HRI-PTP(Practical Training Program)，以日常企業之經營管理的重要課題為主，同時該學院研發出具體且實用的Workout形式的諮詢與研習計劃，現已被多數企業認同並採用，以提昇其經營績效。

目录:

[顧客關係管理實戰指南《提昇CRM績效的七](#) [下载链接1](#)

标签

评论

[顧客關係管理實戰指南《提昇CRM績效的七](#) [下载链接1](#)

书评

[顧客關係管理實戰指南《提昇CRM績效的七](#) [下载链接1](#)