

前言

本书旨在描述客户关系管理的基本要素以及这些要素与营销战略和信息技术之间的联系。我们试图阐述这样的观点：关于过去的、现在的和将来的客户的信息构成了战略规划的核心内容。当然，基本的前提是，成功的管理者必须同时了解营销概念和信息系统结构，只有这样才能持续形成全面、可靠和完整的客户观念并加以成功应用。

.从实用角度讲，本书可作为本科生或研究生水平客户关系管理/市场营销课程的基础教材使用。另外，本书还可作为大多数商务课程的辅助阅读材料，尤其是营销管理、销售管理、营销原理以及管理信息系统等，因为书中所述内容正是营销概念和信息系统技术的交叉点。

这种营销理论和信息技术功能交..

<<客户关系管理>>

内容概要

时下，客户关系管理（CRM）已成为市场营销和信息技术领域的一个热门话题。有关CRM的书也很多。

这些著作大多集中于从技术的角度探讨CRM系统的创建与完善，而忽视了CRM的根本目的，即：使企业能更全面地认识客户，最大限度地发展与客户的关系，实现客户价值的最大化，创造企业与客户之间的双赢。

本书无论从内容还是从结构编排上看，都让人耳目一新。其最大的特色在于，把客户关系管理的基本要素与营销战略和信息技术整合起来分析，认为，“成功的管理者必须同时了解营销概念和信息系统结构，才能持续形成全面、可靠和完整的客户观念并加以成功应用”。

本书以基础营销管理理论开篇并收尾，其中阐述的概念与理解和满足客户需求紧密相关。此外，书中内容也涵盖了信息系统开发的各个方面，包括客户数据的收集、数据仓库的建立、数据开发、客户满意度和忠诚度的测量等，为学生提供了如何持续获取客户信息的明确路标。

本书可作为本科生或研究生水平客户关系管理/市场营销课程的基础教材，也可作为销售管理、电子商务、管理信息系统等课程的辅助材料。

此外，对于企业界和其他所有从事CRM实践工作的读者也具有重要的参考价值。

作者简介

威廉·G·齐克蒙德 (William G. Zikmund) 俄克拉何马州立大学营销学教授，拥有科罗拉多大学营销学学士学位、南伊利诺伊大学营销学硕士学位和科罗拉多大学市场营销方向的工商管理博士学位。

齐克蒙德教授曾在《营销学》、《会计学评论》以及《应用心理学》等多家学术刊物上发表了数十篇论文，并撰有Essentials of Marketing Research、Exploring Marketing Research、Business Research Methods等专著。

齐克蒙德教授是许多学术性组织的成员，还任职于许多学术刊物的编辑评论委员会。

小雷蒙德·迈克利奥德 (Raymond McLeod, Jr.) 得克萨斯奥斯汀大学管理科学与信息系统系副教授，主讲营销学和管理信息系统课程。

在此之前，他曾在IBM、Recognition Equipment Inc.等公司工作多年，具有丰富的实践经验。

迈克利奥德博士的研究成果曾发表于多家刊物，包括《加州管理评论》、《MIS季刊》、《管理信息系统》、《决策科学》以及《ACM通讯》等。

他撰有Information Systems Concepts和Systems Analysis and Design: An Organizational Approach等专著，并与人合著Management Information System (8e)、Management Information System Case Book (6e)等书。

法耶·W·吉尔伯特 (Fay W. Gilbert) 密西西比大学市场营销和药业管理教授、MBA项目助理院长，北得克萨斯大学博士。

其论文曾发表于《营销科学学会》、《零售》、《商业研究》、《心理学与市场营销》、《营销理论和实务》等。

她是密西西比大学杰出教育奖--Elsie M. Hood奖获得者，并荣膺学位委员会荣誉协会颁发的另外两个奖项。

她还担任着营销发展协会主席一职。

书籍目录

第1章 客户关系管理的性质关系管理的概念客户关系管理作为应用学习中心的CRM系统小结关键词复习题与重要思想注释第2章 理解客户差异客户观点接近客户的战略方案市场细分在恰当的聚合水平上个性化B2C信息在B2B营销活动中应用CRM系统小结关键词复习题与重要思想注释第3章 信息技术和收集客户数据信息技术和CRM闭环营销收集客户数据内部数据源外部数据源小结关键词复习题与重要思想注释第4章 CRM数据仓库什么是数据仓库

<<客户关系管理>>

编辑推荐

《客户关系管理》以基础营销管理理论开篇并收尾，其中阐述的概念与理解和满足客户需求紧密相关。

此外，书中内容也涵盖了信息系统开发的各个方面，包括客户数据的收集、数据仓库的建立、数据开发、客户满意度和忠诚度的测量等，为学生提供了如何持续获取客户信息的明确路标。

《客户关系管理》可作为本科生或研究生水平客户关系管理/市场营销课程的基础教材，也可作为销售管理、电子商务、管理信息系统等课程的辅助材料。

此外，对于企业界和其他所有从事CRM实践工作的读者也具有重要的参考价值。

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>