第一图书网, tushu007.com

<<有线电视网络经营管理手册>>

图书基本信息

书名：<<有线电视网络经营管理手册>>

13位ISBN编号：9787504365231

10位ISBN编号：7504365238

出版时间：2011-11

出版时间：中国广播电视出版社

作者：杨春生　等著

页数：387

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

内容概要

随着三网融合的推进，有线电视网络将不断被赋于新的发展使命，同时也面临着体制和机制的重大转变。

如何建设好、管理好、经营好有线电视网络，在市场竞争中保持发展和壮大，已成为有线电视网络经营者迫切需要面对的课题。

本书简要回顾了有线电视网络的发展历程，着重论述了当前有线电视网络面临的形势和任务，全面介绍了有线电视网络的建设、运营、管理、市场等方面的基本概念、相关理论和方式方法，内容涉及当前政策、当代技术和今后发展。
《有线电视网络经营管理手册》旨在帮助有线电视网络经营者掌握行业内的必备知识，了解、熟悉和经营好有线电视网络，并为其日常管理工作提供有益的参考。

作者简介

杨春生，中广有线扬州分公司总经理，高级工程师，山西大学工商管理硕士，毕业于南京工学院。
从事广播电视工作近三十年，设计并主持了扬州有线电视网络和扬州广电宽带网络的工程建设，积累了十分丰富的有线电视网络建设和运营管理经验，多次在业内期刊中发表过技术研究和运营管理的论文。

龚红蕾，中广有线扬州分公司副总经理，高级工程师，美国莱特州立大学工商管理硕士，上海大学通讯与电子工程系学士，入选“江苏省现代服务业高层次人才库”。
在有线电视网络行业工作多年，从事过网络工程建设、资源管理和运营管理等工作，主持设计了有线电视网络资源管理系统，拥有丰富的工作经验。
在《有线电视技术》、《中国数字电视》等专业期刊上发表过多篇与行业相关的文章。

朱宝奇，中广有线扬州分公司常务副总经理，高级编辑，大连海事大学工商管理硕士。
长期从事媒介的经营与管理以及新媒体的开发和应用，并取得良好业绩。
曾任扬州有线电视台总编室主任、新闻部主任，扬州广播电视报社社长、总编辑。
有10余件新闻作品获省、部级奖，20余篇论文在《电视研究》、《中国报刊》、《广播与电视技术》等专业核心期刊发表。

书籍目录

第一章 有线电视网络发展现状及趋势
1.1 有线电视网络概念
1.2 中国有线电视网络目前面临的问题
1.3 有线电视网络与“三网融合”
1.4 有线电视网络面临的机遇与挑战
1.5 中国有线电视网络的发展趋势
第二章 有线电视网络的经营许可管理
2.1 有线电视网络运营机构和基本业务
2.2 有线电视网络涉及的相关法律及主要政策
2.3 有线电视经营涉及的相关收费
第三章 有线电视网络建设管理
3.1 有线电视网络建设规划
3.2 有线电视网络的基本组成
3.3 现代有线电视网络建设
3.4 双向化改造和广电宽带城域网
3.5 下一代广播电视网（NGB）
3.6 有线电视网络的主要性能和性能参数
3.7 有线数字电视系统
第四章 有线电视网络运营管理
4.1 器材管理
4.2 有线电视业务招标
4.3 有线电视项目管理
4.4 有线网络流程管理
4.5 有线电视网络资源和资产管理
第五章 有线电视网络营销管理
5.1 有线电视网络的服务
5.2 我国有线数字电视产品营销现状
5.3 有线电视网络的营销
5.4 有线电视网络市场的营销组合策略
5.5 有线电视网络产品策略
第六章 有线电视网络客户关系管理
6.1 有线网络客户服务管理
6.2 有线网络呼叫中心管理
6.3 有线网络运维管理
6.4 有线电视服务外包管理
第七章 有线电视网络的经营管理
7.1 有线电视网络产品
7.2 有线电视网络用户
7.3 用户满意度分析
7.4 用户在增值业务上的需求
7.5 有线电视网络的财务报表
7.6 有线网络融资方法
第八章 有线电视网络经理人的职责与素质修养
8.1 经理人的职责范围
8.2 经理人的素质结构

第九章 有线网络常用经营管理方法和工具
9.1 有线网络经理人常用的管理方法
9.2 有线网络经营常用的管理方法
9.3 有线网络经营常用的管理工具
9.4 有线电视网络的创新管理
第十章 有线电视网络经理人常用参考资料
10.1 有线电视网双向化改造指导意见
10.2 面向下一代广播电视网（NGB）电缆接^技术（EoC）需求白皮书
10.3 广播电视管理条例
10.4 广播电视设施保护条例
10.5 最高人民法院关于审理破坏广播电视设施等刑事案件具体应用法律若干问题的解释
附录A 无源光网络技术
附录B 用户接入改造技术
附录C 有线电视网络双向化改造建设质量要求与技术指标
附录D 有线电视网络专业技术期刊
附录E 有线电视网络经营常用专业网站
附录F 参考文献
后记

章节摘录

现场服务管理模块提供了一个移动解决方案，允许公司有效地管理其服务领域的方方面面。
现场服务的组织主要包括可以预防的维护计划、中断／安装服务事件、提供与确保客户问题在第一次访问过程中得到解决所需的资源（包括工具、部件和技能等相关的全面信息）来实现。
呼叫中心模块通过将销售模块与服务模块的功能集成为一个单独的应用，使一般的业务代表能够向客户提供实时的销售和服务支持。
业务代表能够动态地推荐产品和服务，或者遵循工作流来解决服务咨询，进而向客户提供其他产品和服务。
在有线网络客户服务应用平台中，按CRM的划分方式进行分析：（1）操作层：现有的多种专业系统多为不同时期以独立的方式进行建设。
这些系统积累了大量的客户服务过程性数据和销售、服务数据，任何一个系统的变化都可作为一个单独的工程项目进行。
在操作层各专业已按各自对客户服务价值的重点进行了一些分析。
（2）协作层：建设完成的呼叫中心客户服务系统，将使用多种媒介手段，全方位与客户进行沟通。
（3）分析层：提供商业智能的能力。
通过建立数据仓库、运用数据挖掘、商业智能等技术手段，对大量的客户信息进行分析，可以让运营商更好地了解客户的消费模式，并对客户进行分类，从而能针对客户的实际需求，制订相应的营销战略，开发出相应的产品或服务，来更好地满足客户需求。
操作层的系统直接融合了有线网络历史形成的管理体制。
都在运行，不可能在某一时刻将系统瞬间更新，也不可能因为加强客户服务管理实施CRM应用，将原有的应用系统全部废掉。
正因为操作层业务系统的复杂性，协作层才显得格外重要，协作层提供的服务接触功能，是否能有效地沟通各种专业服务，并能适应未来企业服务方式的变化。
协作层利用现有的技术服务平台，从客户的角度出发扩大服务广度，挖掘服务深度。
有线网络有着深厚的技术积累，有线网络在客户服务管理上不缺乏某种具体的技术手段，也不是缺乏某个功能模块，最缺乏的是贯彻了“以客户为中心”的客户关系管理思想的客户服务管理平台。
迫切需要在分析层功能的帮助下，制定适应当前有线网络客户消费行为的服务策略，细分有线网络客户的类型，建立客户的评估体系，制定客户服务的度量标准。
……

第一图书网, tushu007.com

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