

<<服装企业客户关系管理>>

图书基本信息

书名：<<服装企业客户关系管理>>

13位ISBN编号：9787506447232

10位ISBN编号：7506447231

出版时间：2008-1

出版时间：中国纺织

作者：宁俊

页数：194

字数：177000

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>

<<服装企业客户关系管理>>

内容概要

本书从管理、技术及应用的角度出发，对客户关系管理（CRM）的基本理论、基本方法、基本应用进行了全面的论述，系统地介绍了服装企业客户关系的特点以及运用客户关系管理的理论与方法，指导服装企业如何与客户建立长期的关系。

本书提出的客户关系管理理论和技能，将会帮助服装企业建立起稳固、融洽、协调的客户关系，提高企业赢利能力。

本书配有丰富的图表，内容通俗易懂，既可为服装企业领导、企划人员和设计人员了解和实施品牌企划进行指导，也可作为高等院校服装企业管理、服装市场营销等专业的教材或教学参考书，还可作为各类成人教育培训机构的教学教材。

<<服装企业客户关系管理>>

书籍目录

第一章 客户关系管理概述 第一节 客户关系管理的发展 第二节 客户关系管理在中国企业的应用
第三节 互联网时代服装企业CRM发展动力第二章 服装企业的客户 第一节 认识客户的基础 第二节
服装企业的客户分类 第三节 区别对待不同的客户 第四节 服装企业客户分类的缺陷第三章 服装企
业客户满意 第一节 客户满意度的重要性 第二节 客户的需求与期望 第三节 影响客户满意的因素
第四节 如何驱动客户满意 链接经销商：想说爱你不容易 企业：建立双赢渠道关系 渠道关系：
激励为主第四章 服装企业客户忠诚 第一节 客户忠诚的含义 第二节 客户满意与客户忠诚的关系
第三节 客户流失的原因及防范 第四节 客户忠诚实现企业利润第五章 服装企业创造客户价值 第一
节 什么是客户价值 第二节 价值——客户关系的本质 第三节 创造客户价值的途径第六章 服装企业
长期客户关系的建立 第一节 客户关系的构成、层次和类型 第二节 从客户角度看问题 第三节 客
户关系生命周期 第四节 服装企业建立长期客户关系的策略第七章 服装企业客户关系管理的利器
第一节 服装企业客户数据库构建 第二节 服装企业数据库营销第八章 实现客户关系管理的相关技术
第一节 数据仓库和数据挖掘 第二节 数据仓库和数据挖掘在CRM中的应用第九章 客户关系管理与
服装企业变革 第一节 CRM打造服装企业核心竞争力 第二节 CRM与服装企业组织再造 第三节 企
业文化与CRM的互动 第四节 CRM对服装企业绩效的影响参考文献

<<服装企业客户关系管理>>

章节摘录

第一章 客户关系管理概述 现代市场竞争日趋激烈，企业管理不得不从过去的“产品”导向转变为“客户”导向，只有快速响应并满足客户个性化且瞬息万变的需求，企业才能在激烈的市场竞争中得以生存和发展。

客户关系管理（CRM）也就显得尤为重要。

第一节 客户关系管理的发展 客户关系管理理念引入我国已经有几年的时间了，国内CRM市场已经从单纯的概念炒作阶段、理念推广阶段逐渐发展为部分企业试探性的实施阶段，有为数不少的国内企业先后尝试实施了大型CRM系统的部分模块。

CRM的核心思想是对企业中相对独立的市场

<<服装企业客户关系管理>>

编辑推荐

为逐步将营销人才的培训和使用纳入职业化、规范化、国际化管理的轨道，促进企业营销队伍专业化进程，教育部考试中心与中国市场学会决定在全国联合开展中国市场营销资格证书的考试工作。该考试证书共分《中国市场营销总监资格证书》、《中国市场营销经理资格证书》和《中国市场营销经理助理资格证书》三种，由教育部考试中心和中国市场学会联合签署颁发。

本资格证书不仅为考生提供了自身营销管理水平的权威认证，更增强了证书持有者求职就业的竞争力，并为各相关机构录用或考核营销人员提供了权威依据。

<<服装企业客户关系管理>>

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:<http://www.tushu007.com>