

## <<IBM方法>>

### 图书基本信息

书名：<<IBM方法>>

13位ISBN编号：9787508032603

10位ISBN编号：7508032608

出版时间：2003-9-1

出版时间：华夏出版社

作者：Bryan Foss,Merlln Stone

页数：337

译者：郭蓓

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>

## <<IBM方法>>

### 内容概要

可以认为，IBM这样的“大象”之所以能够跳舞，与本书中的研究成果关系极为密切，实际上，读完本书你会发现IBM之所以能够转变为会跳舞的大象，很大程度上得益于CRM，本书可以说是IBM观点和方法的根本性概括。

如果你是正在实施和将要实施CRM的企业家和经理人，如果你是研究人员和学生，如果你对IBM“大象跳舞”的秘密深感兴趣，也对世界上许多行业中公司成功和失败秘密深感兴趣，那么，请你阅读本书，你一定有所收获。

<<IBM方法>>

作者简介

[英]Bryan、Foss , IBM全球金融服务公诉客户忠诚管理执行经理。

<<IBM方法>>

书籍目录

第一篇 实施 1 全球客户管理 2 客户管理的实施人员 3 项目计划、团队选择和管理 4 活动管理系统与程序第二篇 旅游业中的客户管理 5 旅游业中的客户管理 6 客户关系管理在航空业中的运用 7 零售业中的客户关系管理 8 汽车行业中的CRM 9 耐用消费品行业中的CRM 10 公用事业和电信行业的CRM 11 CRM的发展前景

## &lt;&lt;IBM方法&gt;&gt;

## 章节摘录

书摘全球商务、全球CRM和距离的消亡 当前,最具影响力的管理思想之一是“竞争就在离你鼠标一击处(Competition is only a chick away)”,尽管这种说法简化了竞争的特征,但毫无疑问,Frances Caimcross所谓“距离的消亡”对很多管理者来说都是眼前的现实。

我们正经历的通信和IT革命意味着现在距离在交流的成本中只是一个次要因素,而且,随着更多的交流从传统的声音向其他类型的信息转变,距离变得越来越不重要了。

这使得地点与业务成功也不再有多大关系。

倘若物流网络能通过其链条顺利传送所需产品、服务和信息,则业务越来越没有必要靠近它所服务的市场。

企业规模的大小也是无关紧要的。

曾经只有大公司才能负担得起服务于全球市场的复杂的IT、电信和物流基础设施建设。

而现在,几乎任何公司都能廉价得到这些。

这些基础设施的发展意味着在世界任何地方都可以向各种客户提供服务,而且能按照客户的要求提供个性化服务。

成为供应商的主要客户不再是必须要做到的事情。

正如有些经济学家所说的,市场矛盾将会消失。

几乎所有的客户在任何时候、任何地方都能获得价格和信息。

这使得市场透明度很高。

尽管如此,对于个别的供应商或消费者,并不清楚如何利用这些基础设施。

无论这种资本现象如何新潮,客户需要学会如何利用它,公司应该学会如何通过自己的全球网络扩展能力。

本章指出,尽管电讯和IT全面发展,但大公司仍然很好地意识到,至少在客户服务领域,在不同国家运作的最好的和最差的做法之间仍有很大的差距,而要改进运营质量主要是依靠人。

当然,这使得有些公司面临危险,因为它们不能再依赖其反应迟缓的竞争能力;不完全服务于当地市场越来越成为可能——人员、工作程序、工作系统和资料等都可以放在运行最好的国家,而在当地的工作量可能降到最低。

客户能够从公司获得最新的信息,他们会把从公司获得的信息和从其他来源得到的信息相结合。

正如知道最新的股票价格或交易额是一回事,据此做有关的决定又是另外一回事。

如果一家航班严重误点,那么旅馆或其他临时休息的安排会怎样,是否有别的选择?这个问题涉及到内部管理内容的一致性。

即使在今天,客户管理仍然存在这个问题,因为公司所提供的各种与客户接触的途径从不同的侧面展示了公司的形象。

现在通过移动电话接触客户同普通电话一样便宜,但是数据传输相对较慢。

这就是为什么大多数产品和服务供应商致力于可以通过简单的SMS文本信息或电子邮件就可以得到的服务项目。

但是据预测,随着传输速度的提高和即时联系方式的出现,这种情况在两到三年内将会有根本性改变。

因此建议是不要改变。

然而,从前面部分我们了解到的营销技术(直接邮寄、电话营销、网络)的变化来看,现在保持不变非常重要。

需要学会如何去使用这些技术,当它们成为与消费者接触的主流媒介时,你就知道如何使用,这一点至关重要。

当我们开始注意Web在预测方面对客户管理具有革命性影响这一观点时,另一个革命性变化也随之而来了——用移动电话进行客户管理工作。

很明显,随国家的不同,这种影响也不同——这是另一章讨论的问题。

然而,让我们考虑一下为什么它会对全球客户管理带来问题与机会。

## &lt;&lt;IBM方法&gt;&gt;

青少年是移动电话最热情的用户，他们已经开始对固定电话产生不满。许多业务客户已经认识到，为了落实交易，接收信息，或保持与客户、供应商、同事的联系，他们没有必要亲自跑去联系一些事情。他们分享了移动通信公司发展的成果。基于此，每个人都可以按照自己的意愿同任何他想联系的人保持长久的或暂时的联系，而且花费相对较低。

那也意味着客户通常通过移动电话与计算机联系，而不是与人联系(除非计算机不能做这种工作)。

在大多数国家，移动电话是由移动通信技术和Web技术支持的，而他们之间的发展差距越来越大。在Web技术发展缓慢的国家，这种差距迅速扩大。

而在美国，发展相对缓慢的移动通信标准及其网络导致了移动通信的落后。

使用移动通信技术的意义在于它以较低的成本向所有客户而不是少数重要客户提供优质服务。

事实上，我们的“顶级客户”观念在有些行业已很快成为现实。

这个观念的基本要点是，每个人应该能够自由地同公司的网络系统进行联系，利用各种电子媒介信息传输的便捷与费用的相对低廉(见图1.1)，来降低员工所形成的成本。

对此我们称之为“特权的崩溃(CoUapse of privilege)”。

新的技术可以使消费者在任何时候、任何地方都能以非常低的费用处理同公司的关系。

因为客户没有必要以成为享有优先权的客户的方式去处理同供应商的关系，他们会同几个供应商保持联系。

变换供应商变得非常容易，公司必须全力保证其所有有效客户能够得到最好的信息，而不管其业务量的大小。

而且，因为这种方式对公司来讲成本很低，公司没有必要过分考虑每个客户的价值。

这种情况实际上是IBM公司所谓“无处不在的计算机运算处理”现象的一部分；它已经扩展到了移动通信应用范围之外，成为我们实际生活的一部分。

注意是“无处不在”而不是“悄然蔓延”。

然而，它仍然预示了客户同供应商接触能力的巨大提高，供应商同客户的接触能力也是如此。

现在，移动电话在很多方面是最有保障的通讯工具，因为它具有强大的微处理器和巨大的存贮能力，能使用比信用卡更为灵活的客户认定技术。

更何况，谁知道以后的通讯工具将会带来什么样的变化呢？当然，移动技术的发展不仅意味着移动电话这样的工具，更意味着自由地收发信息，是这点把对单个客户的管理提到了议事日程上来而因此保证消费者的偏好和要求能被立即满足和处理就更成为必要，因为与消费者个人密切相关的事情越多，侵犯消费者隐私的可能性越大。

公司需要对日益复杂和综合化的市场、销售、渠道和市场沟通计划进行管理：采取一体化的方式，以进行最有效的联合与管理；要对涉及到的所有环节进行良好的协调管理；准确、及时地满足客户的需求，应对市场的变化；要有稳定的产品质量——避免返工而造成的延误；一定要更有效地进行市场投入来与客户沟通，市场沟通是吸引并留住客户的最重要的武器。

为了达到这些要求，他们需要有系统的方法：随时吸取相关的管理经验，要具备高超的市场管理能力，研究客户的情况，制订出改善客户管理的战略，不断追求进步；在现有的资源水平上，处理不断增加并且日趋复杂的工作，并且要保证质量，实现既定的目标；保证质量，减少差错率，控制返工或曝光的风险；保证良好的决策程序和项目管理程序，以提高市场运营人员对工作的满意度，减少由于职业观念的变化而引起的员工流动；改善客户服务，不断加强与客户的沟通，提高产品和服务质量；提高面向客户的雇员的满意度，比如呼叫中心的工作人员；改善与供应商的关系，实现价值增值；减少信息的丢失，对员工的流动进行激励和指导；具备克隆成功活动的的能力；不断充实、更新活动内容；充分了解该做什么，不做什么；在项目管理中，减少有关代理商的开支需求；要对竞争对手的挑战做出及时的反应，并迅速采取行动进行反击；降低运输、广告等的开支；拥有合理的分销渠道——多网点、多渠道销售，与代理人或其他人进行国内或国际合作。

.....



## &lt;&lt;IBM方法&gt;&gt;

## 媒体关注与评论

前言过去几年中，我们一直在从事客户关系管理(CRM)方面的研究，源源不断地出版了许多的书籍和文章6这项研究由IBM公司资助，内容涉及客户关系管理的各个方面，既针对一般情况又重点探讨了某些具体行业。

整个研究工作由Merlin Stone领导，IBM公司的Bryan Foss和其他工作人员以及Qci公司的管理者给予了大力协助，Qci公司主要从事客户管理咨询和评价。

研究成果以各种形式公开发表，如白皮书，学术论文，专业出版物等。

很多合作者都在问是否应该将研究成果系统化，我们认为将各种研究素材整理成书的时机现已成熟。

因此，编撰本书将我们的客户关系管理研究成果汇总起来。

本书覆盖了客户关系管理的主要问题和各个方面，列举了大量金融服务领域的案例。

我们将会后续出版有关金融服务领域客户关系管理的专著。

本书以先期出版的两本书为理论依据和实证基础。

这两本书是：UP close & Personal：CRM Work(密切关系与个性化)，由Paul Gamble，Merlin stone和Neil Woodcock合著，1999年出版。

另一本是Customer Relationship Mar-keting(客户关系经营)，由Merlin stone，Neil Woodcock和Liz Machtynger合著，2000年出版。

最新的客户管理实证研究成果是The Customer Management Scorecard(客户管理记分卡)，由Michael Starkey，Merlin stone和Neil Woodcock合作完成。

这份研究报告总结了我們利用Qci的客户管理评价工具进行研究(CMAT)所得出的结论。

本书也分析了一些利用CMAT得出的数据。

全书主要由如下四部分组成：《IBM观点》：1. 客户关系管理及客户的基本知识；2. 战略和技术。

《IBM方法》：3. 实施；4. 行业研究。

下面具体介绍一下。

.....



## <<IBM方法>>

### 编辑推荐

本书是根据IBM的约请并资助及全面参与下，在世界几百名顶级企业中，就CRM问题展开了一次彻底的调查与研究并将研究成果整理精编而成。

因此，这既是一本全世界许多重要行业在客户关系营销方面的案例集成，又是一本针对性十分明显、实用价值很高的重要参考书。

<<IBM方法>>

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>