第一图书网, tushu007.com

<<电信客户全生命周期管理>>

图书基本信息

书名：<<电信客户全生命周期管理>>

13位ISBN编号：9787563508907

10位ISBN编号：7563508902

出版时间：2004-1

出版时间：北京邮电大学出版社

作者：舒华英

页数：235

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

客户全生命周期管理是客户关系管理的核心理念，是近几年管理学者和企业所普遍的关注的一个论题，作者经过近两年的理论与实践探索，在这一领域中取得一定的进展。
现将这些阶段性的成果整理成书，与同行探讨，供企业管理者参考。
《电信客户全生命周期管理》的第一部分为基础理论篇，重点阐述了客户全生命周期管理的基础管理营销理论，包括客户全生命周期管理模型论述以及客户生命周期不同阶段的管理方案阐述。
《电信客户全生命周期管理》的第二部分为实践应用篇，着重分析了客户全生命周期管理基础营销理论在电信客户管理中的应用。
《电信客户全生命周期管理》可供电信行业中高层管理决策人员、市场客服经理、IT规划部经理，其他行业（如金融、证券、餐饮等服务行业）人员阅读，也可供CRM软件设计人员、CRM管理咨询人员及中专专院校的师生参考。

作者简介

舒华英，北京邮电大学经济管理院教授，博士生导师，教育部信息管理与信息经济学重点实验室主任，政府特殊津贴专家、中国通信学会会士，信息产业部电信经济专家委员会委员、国家邮政局科学技术委员会常委。
近年来主要从事信息管理及信息系统，经营管理与决策，知识创新与管理。

<<电信客户全生命周期管理>>

书籍目录

第1章 绪论1.1 问题的提出1.2 电信客户全生命周期管理的必要性和重要性1.3 对其他行业的示范效应第一部分 基础理论篇第2章 客户全生命周期管理模拟的建立2.1 客户全生命周期管理的定义2.2 客户生命周期模式模型研究2.3 客户全生命周期管理模型2.4 客户全生命周期管理与产品生命周期管理本章小结第3章 客户关系识别期策略3.1 客户关系识别期信息匮乏和不对称分析3.2 信息收集及客户群特性分析3.3 关系识别期客户群细分及策略制定3.4 说服客户购买，促成客户关系建立本章小结第4章 客户关系发展期策略4.1 发展期初期客户特点，策略及发展期目标4.2 客户价值提升层次模型4.3 发展期客户细分4.4 客户价值提升策略本章小结第5章 客户关系稳定期策略5.1 客户保持期客户特征5.2 树立新观念，摒弃“客户忠诚”和“客户上帝”5.3 客户再识别5.4 稳定期客户再细分及优化5.5 客户保持力量与客户保持价值模型5.6 客户关系稳定期保持策略本章小结第6章 客户关系衰退期策略6.1 客户关系衰退期迹象察觉6.2 客户关系衰退原因分析6.3 客户关系恢复或者终止的判断6.4 客户关系终止策略6.5 客户关系恢复策略本章小结第一部分总结第二部分 实践应用篇……参考文献

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