

《客户关系管理》

图书基本信息

书名：《客户关系管理》

13位ISBN编号：9787302311300

10位ISBN编号：7302311307

出版时间：2013-3

出版社：清华大学出版社

作者：王广宇

页数：326

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《客户关系管理》

内容概要

王广宇所著的《客户关系管理（第3版）》是客户关系管理（CustomerRelationshipManagement，CRM）研究领域的最新成果，通过大量详实的案例，从理论、运营、技术和行业四个方面，对客户关系管理进行了全方位的深度剖析，阐述了CRM系统提升企业核心竞争力、推动电子商务的重要作用，并结合CRM在银行、保险、证券、电信、IT、医药、物流、制造等多个行业的应用提供了全景式的方法介绍。

作为专注于“行业应用”和“方法论”层面的CRM专著，《客户关系管理（第3版）》展现了国内外CRM领域最新的研究成果与实践经验，融合了国外先进管理理论，更结合了中国企业实际，不仅有极强的理论领先性，也具有相当的实用价值，将为国内企业领导者、管理和规划人员及对新态管理感兴趣的人士提供参考，同时亦适合用作企业管理、计算机应用、信息经济、系统工程、客户服务等专业高年级本科生和研究生教材。

《客户关系管理》

作者简介

王广宇，金陵华软基金的创始人，他所创立的“中华软件基金”是近年国内业绩最突出的产业基金品牌之一。王广宇先生是著名的私募股权投资和金融信息化专家，在金融科技产业融合、境内外上市、投资并购领域拥有丰富经验。曾参与国家“九五”至“十一五”规划相关课程研究，科技部“现代服务业发展战略及中长期规划”总体组专家，著有《客户关系管理》、《金融病毒》、《知识管理——冲击与改进战略研究》等十余部专著，并荣获多个学术奖项。王广宇先生是中国科学院研究生院兼职教授，并担任中国人民大学校董、吉林大学校董、中国互联网协会理事、中国投资协会股权和创业投资专业委员会常务理事等社会职务。

《客户关系管理》

书籍目录

第一篇 理论研究 第1章 背景：谁不拥抱客户，谁将必败无疑 1.1 “以客户为中心”的时代 1.1.1 呼唤创新的时代 1.1.2 网络经济：引发变革 1.1.3 “以客为本”的发端 1.2 管理变革与客户战略 1.2.1 新态企业管理的信息化图谱 1.2.2 立足客户战略，重塑商业模式 1.3 企业“E”化与客户导向 1.3.1 “准电子商务”与企业“E”化 1.3.2 聚焦客户导向，推动信息化革新 1.4 呼唤客户关系管理 1.4.1 服务：新生存法则 1.4.2 价值：呼唤CRM 第2章 基础：客户营销与客户关系 第3章 定义：理念、模式与方法 第二篇 运营变革 第三篇 技术系统 第四篇 行业应用 参考文献 专用术语中英文索引 后记

《客户关系管理》

媒体关注与评论

客户是当前企业间竞争的焦点。本书紧密结合我国企业实施客户关系管理的实际，对企业经营管理人员具有重要的参考和借鉴作用。——清华大学经济与管理学院教授、博士生导师陈剑博士本书系统阐述了CRM理论及工具在中国企业界的实施方略，相信能够引导企业管理人员凭借CRM的助力，最终达成与客户共生共赢的愿景。——德勤管理咨询中国区主管合伙人施能自先生国内的CRM实践虽早已起步，但本书的研究角度十分特别，作者使用科学的方法，阐述了他对客户关系的远见卓识。——九五太维公司名誉董事长李宝民博士利用现代IT技术，搭建整合客户信息、及时响应需求的CRM系统，在业务竞争中极为重要。本书对CRM价值和应用的详解独特精到，值得研读。——永辉超市（601933）总裁张轩宁先生满足客户需求是企业竞争的核心导向。客户关系管理对企业的价值巨大，作者具有丰富的产业和投资经验，对CRM实施的阐述及规划令人信服。——洽洽食品（002557）董事长陈先保先生现代企业的成功之道在于深度发掘客户的需求，为其提供最为专业和个性化的服务。本书对客户关系管理行业实践应用的分析透彻、见解独到。——世联地产（002285）董事长陈劲松先生以客户为中心的理念必须被企业内化和采用。对追求高成长的企业家而言，本书对客户关系管理理念与实践的深入研究，具有重要的参考价值。——湖北宜化（000422）董事长蒋远华先生如何持续为客户创造价值？企业家应当秉持愿景，以市场为导向，聚焦于核心业务，走品牌和精品之路，为此我推荐阅读《客户关系管理》一书。——九阳股份（002242）董事长王旭宁先生

《客户关系管理》

编辑推荐

作为一本系统化地研究客户关系管理的理论与实务，探讨最新CRM技术架构，揭示行业CRM应用方法的著作，王广宇所著的《客户关系管理（第3版）》旨在通过大量应用案例，揭示完整的CRM系统和方法论，可以使读者触类旁通，尽快成为CRM领域的专业人士。本书的读者对象是各行业企业领导、管理人员、市场营销或CRM经理、项目设计与实施人员，广大CRM研究与兴趣爱好者。本书也可作为高校信息管理、客户服务、市场营销、计算机和软件工程等专业研究生和本科生教材。

《客户关系管理》

精彩短评

- 1、目录结构很诱人，内容广度也很好，又是第三版，还新近出版，就买了吧。（现在随便一顿午餐也要二三十元，一不小心就要四五十。）可是，可惜的是，内容的深度不行。只能起到扫盲的作用，可能适合公司高层看，或者是方便中高层从中提炼出一些内容给高层做决策。IT人士如果想从中学到什么新东西很可能会失望的。另外，书的装帧很棒！纸张和印刷质量也不错。又一个可惜：有价值的图标是欠缺的 -- 这也是上面所说的问题的一个侧面。
- 2、（图书馆借阅。）
- 3、限于本人能力有限，此书胡拼乱造，对初学者更不实用！其他的你懂得。
- 4、Lily推荐的入门书，确实很适合crm新人。精华在前两篇，以客户为中心的营销布局和运营变革是crm的核心支架，要成为一个靠谱的crm工作者，埋头于具体工作时应该时刻提醒自己拓宽眼光，提升高度。后两篇就集中在狭义crm系统的实施层面，可以粗粗翻过。

《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:www.tushu000.com