

۲۰۹۸۱۶۸

مدیریت روابط با مشتری

مفاهیم و کاربردهای crm در کتابخانه های دانشگاهی

تألیف:

معصومه چابی

مدیریت روابط با مشتری

مفاهیم و کاربردهای crm در کتابخانه های دانشگاهی



سرشناسه	چاجی، معصومه، ۱۳۵۷ -
عنوان و نام پدیدآور	مدیریت روابط با مشتری: مفاهیم و کاربردهای crm در کتابخانه های دانشگاهی/ تألیف معصومه چاجی.
مشخصات نشر	بیرجند: صبح امروز، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	۱۰۴ ص.
شابک	۹۷۸-۶۲۲-۶۸۸۴-۰۴-۴
وضعیت فهرست نویسی	فهرست شده
عنوان	مفاهیم و کاربردهای crm در کتابخانه های دانشگاهی.
موضوع	کتابخانه های دانشگاهی -- خدمات مشتری
موضوع	Academic libraries -- Customer service
موضوع	مدیریت -- کتابخانه ها
موضوع	Customer relations -- Management
موضوع	خدمات مشتری -- مدیریت
موضوع	Customer services -- Management
موضوع	کتابخانه ها -- مراجعان
موضوع	Public services (Libraries)
رده بندی کنگره	Z۶۷۵
رده بندی دیویی	۰۲۷/۷
شماره کاتالوگ ملی	۶۱۰۳۰۷۶

به اهتمام: معصومه چاجی

ناشر: صبح امروز

نوبت چاپ: اول - بهار اول

لیتوگرافی و چاپ: چاپخانه امروز خراسان جنوبی ۳۲۴۴۴۵۲۴ - ۰۵۶

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۸۸۴-۰۴-۴

شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

قیمت: ۱۵۰۰۰۰ ریال

انتشارات صبح امروز

بیرجند - خیابان مدرس - مدرس ۲۲ - پلاک ۲۷۸ - واحد ۲
تلفن: ۰۵۶-۳۲۴۴۴۵۲۴ ایمیل: nashremrooz@gmail.com



پیشگفتار

برقراری ارتباط موثر، صمیمی و آسان، کلید طلایی دستیابی به اطلاعات ارزشمندی است که استفاده اصولی و صحیح از آن ضامن موفقیت سازمان است. اعتقاد و عمل به اصول مشتری‌مداری، جلب رضایت مشتریان، جذب مشتریان جدید و حفظ مشتریان قدیمی، از اصلی‌ترین عوامل موفقیت سازمان‌ها محسوب می‌شوند.

کتابخانه‌های امروز، سازمانهایی هستند که موفقیشان در ارائه خدمات مطلوب و جلب رضایت مراجعهمکندگان، تنها با دارا بودن مجموعه‌های غنی و روزآمد، میسر نخواهد شد. امروزه، مدیران کتابخانه‌ها با این باور رسیده‌اند که برای افزایش دسترسی به منابع و اطلاعات موجود در کتابخانه و دستیابی هریک از کاربران به دقیقترین اطلاعات مورد نیاز در کمترین زمان ممکن، اتخاذ تدابیر هوشمندانه‌ای ضروری دارد. از آنجاکه افزایش رضایت کاربران از خدمات ارائه شده، هدف هر کتابخانه است، مدیران کتابخانه‌های تخصصی با بهره‌گیری از فنون روزآمد مدیریت، استفاده از راهبردهای ویژه و پیش‌بینی‌های مدنظر قرار داده‌اند که یکی از کارآمدترین آنها استفاده از الگوی مدیریت روابط با مشتری است. این الگو برای کلیه مراکزی که خدمات ویژه‌ای را به گروه خاصی از افراد با هدف جلب رضایت، پیش‌را آنها ارائه میدهند، کارساز خواهد بود.

فصل اول: مدیریت روابط با مشتری و مفاهیم آن

-یشگفتار
-۱-۱ مقدمه
-۲-۱ مدیریت روابط با مشتری چیست؟
-۳-۱ مفهوم مدیریت روابط با مشتری
-۴-۱ تاریخچه مدیریت روابط با مشتری
-۱-۴-۱ دوره انقلاب صنعتی: تولید دستی تا تولید انبوه
-۱-۴-۲ دوره انقلاب کیفیت: تولید انبوه تا بهبود مستمر
-۱-۴-۳ دوره ارتباط مشتری: بهبود مستمر تا سفارشی سازی انبوه
-۵-۱ صورت و مدیریت روابط با مشتری
-۶-۱ مفروضات اساسی مدیریت روابط با مشتری
-۷-۱ اصول مدیریت روابط با مشتری
-۸-۱ اجزای مدیریت روابط با مشتری
-۹-۱ انواع مدل های مدیریت روابط با مشتری
-۱۰-۱ اهداف و مزایای مدیریت روابط با مشتری
-۱-۱۰-۱ مزایای استفاده از مدیریت روابط با مشتری برای مشتریان
-۱-۱۰-۲ مزایای استفاده از مدیریت روابط با مشتری برای سازمان ها
-۱۱-۱ ابعاد تکنولوژیک مدیریت روابط با مشتری
-۱۲-۱ چگونگی عملکرد مدیریت روابط با مشتری
-۱۳-۱ معیارهای مورد استفاده در سنجش موفقیت مدیریت روابط با مشتری
-۱۴-۱ عوامل موثر بر بکارگیری و اجرای مدیریت روابط با مشتری
-۱۵-۱ عوامل موثر در موفقیت مدیریت روابط با مشتری
-۱۶-۱ دیدگاه های مختلف در روابط با مدیریت روابط با مشتری
-۱-۱۶-۱ مدیریت روابط با مشتری به عنوان فرایند
-۲-۱۶-۱ مدیریت روابط با مشتری به عنوان استراتژی

-۱۶-۳ مدیریت روابط با مشتری به عنوان فلسفه.....
-۱۶-۴ مدیریت روابط با مشتری به عنوان یک قابلیت.....
-۱۶-۵ مدیریت روابط با مشتری به عنوان یک تکنولوژی.....
-۱۷-۱ مشکلات اجرای مدیریت روابط با مشتری.....

بخش دوم: جایگاه مدیریت روابط با مشتری در کتابخانه ها

فصل دوم: کاربر/مشتری (مراجعة کننده) در کتابخانه ها

-۱-۲ مقدمه.....
-۲-۲ معرفی کاربر.....
-۳-۲ نیازهای مشتری/مدار.....
-۱-۳-۲ قوانین ضروری برای سازمان های مشتری مدار.....
-۲-۳-۲ ارکان اصلی سازمان های مشتری مدار.....
-۳-۳-۲ ابعاد سازمان مشتری مدار.....
-۴-۲ فلسفه خدمات مشتری مدار.....
-۱-۴-۲ توسعه مفهوم خدمات مشتری مدار.....
-۵-۲ شناخت کاربران/مشتریان کتابخانه ها (دانشگاه ها) نیازهای آن ها.....
-۶-۲ انواع کاربران/مشتریان کتابخانه ها.....
-۷-۲ وفاداری، رضایت و کیفیت در خدمات کتابخانه ای.....

فصل سوم: اجرای مدیریت روابط با مشتری در کتابخانه های دانشگاهی

-۱-۳ مقدمه.....
-۲-۳ مشتری مدار/کاربرمحوری در کتابخانه ها.....
-۳-۳ نظام مدیریت ارتباط با مشتری و ضرورت استقرار آن در کتابخانه های دانشگاهی.....
-۴-۳ ارتقای رضایت کاربران کتابخانه با استفاده از سامانه مدیریت روابط با مشتری.....