

# مدیریت ارتباط با مشتریان

در

خدمات مالی

(دربارهٔ راجولا)

ترجمه و تلخیص: دکتر علیرضا حدادیان (عضو هیات علمی دانشگاه، فنی رسی مشهد)

تورج غلامشاهی (کارشناس ارشد مدیریت)

مهدیه مودی (کارشناس ارشد مدیریت فن آوری اطلاعات)

|                     |                                                                                                                                            |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| شابک                | 78-600-106-614-6                                                                                                                           |
| شماره کتابشناسی ملی | 5184471                                                                                                                                    |
| عنوان و نام پدیدآور | مدیریت ارتباط با مشتریان در خدمات مالی / فدیریکو راجولا؛ ترجمه و تلخیص [اصحیح: ترجمه] علیرضا حدادیان، تورج غلامشاهی، مهدیه مودی.           |
| مشخصات نشر          | مشهد: انتشارات مرنديز، ۱۳۹۷.                                                                                                               |
| مشخصات ظاهري        | ۱۸۸ ص.: مصور، نمودار (بخشی رنگی).                                                                                                          |
| یادداشت             | عنوان اصلی: Customer relationship management in the financial industry, organizational processes and technology innovation, 2nd ed, ©2013. |
| موضوع               | مشتری شناسی -- مدیریت                                                                                                                      |
| موضوع               | Customer relations -- Management                                                                                                           |
| موضوع               | سازمان های مالی -- مدیریت                                                                                                                  |
| موضوع               | Financial institutions -- Management                                                                                                       |
| رده بندی دیویی      | ۶۵۸/۸۱۲                                                                                                                                    |
| رده بندی کنگره      | ۱۳۹۷ ۴م۲/۵۴۱۵/۵HF                                                                                                                          |
| سرشناسه             | وایولا، فدريكو، ۱۹۶۹ - م.<br>Rajola, Federico                                                                                              |
| شناسه افزوده        | حدادیان، علیرضا، ۱۳۵۷ - مترجم                                                                                                              |
| شناسه افزوده        | غلامشاهی، تورج، ۱۳۵۵ - مترجم                                                                                                               |
| شناسه افزوده        | مودى، مهدیه، ۱۳۶۵ - مترجم                                                                                                                  |
| وضعیت فهرست نویسی   | فیا                                                                                                                                        |



نشر موندیز

دفتر نشر: مشهد - خیابان آبکوه ۷ - دانشسرای ۸ - شماره ۹۰

تلفن: ۰۵۱ - ۳۷۲۰۷۶۵ | دورنگار: ۰۵۱ - ۳۷۲۵۱۳۰۲ | [www.marandiz.com](http://www.marandiz.com)

## مدیریت ارتباط با مشتریان در خدمات مالی

نویسنده: فدریکو راجا

مترجمان: کتر علیرضا حلدن - جورج غلامشاهی - مهدیه مودی

چاپ: خوشه

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۷

شمارگان: ۵۰۰

شابک: ۹۷۸ - ۶۰۰ - ۱۰۶ - ۶۱۴ - ۶

قیمت: ۱۵۰۰۰ تومان

تمام حقوق چاپ و نشر این اثر طبق قرار داد محفوظ است

هر گونه چاپ و تکثیر از محتویات این کتاب بدون اجازه کتبی ممنوع است.

متخلفان به موجب قانون حمایت از حقوق مولفان، مصنفان و هنرمندان تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

## فهرست

|    |                                                                                    |
|----|------------------------------------------------------------------------------------|
| ۱۱ | فصل اول: مقدمه.....                                                                |
| ۱۵ | ۱-۱- شناسایی و طبقه بندی اهداف کسب و کار.....                                      |
| ۱۶ | ۲-۱- کیفیت اطلاعات.....                                                            |
| ۱۶ | ۳-۱- روش توسعه و طراحی؛ تمرکز بر کاربران و اساس نیازهای حوزه های مختلف تجاری.....  |
| ۱۷ | ۴-۱- شناسایی پروفایل کاربران مختلف.....                                            |
| ۱۷ | ۵-۱- فرآیند گزینش برای انتخاب محصول.....                                           |
| ۱۹ | ۶-۱- روش های انتشار اطلاعات.....                                                   |
| ۲۱ | ۷-۱- معماری فن آوری.....                                                           |
| ۲۲ | ۸-۱- تغییرات سازمانی مورد نیاز.....                                                |
|    | فصل دوم: IT یک کسب و کار است: برخی از بازتاب های در حال ظهور حاکمیت دیجیتال بوسیله |
| ۲۳ | پروژه های CRM.....                                                                 |
| ۲۵ | ۱-۲- مقدمه.....                                                                    |
| ۲۵ | ۲-۲- نقش IT در سیستم مالی.....                                                     |
| ۲۸ | ۳-۲- فن آوری و نوآوری.....                                                         |
| ۳۰ | ۱-۳-۲ اداره فرآیندهای نوآوری.....                                                  |



|     |                                                                                     |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------|
| ۷۳  | ۲-۸-۴- تجزيه و تحليل چند بعدي .....                                                 |
| ۷۴  | ۳-۸-۴- تجزيه و تحليل آماری .....                                                    |
| ۷۵  | ۹-۴- الزامات اصلي براي يك راه حل CRM .....                                          |
| ۷۷  | فصل پنجم : CRM 2.0 در صنعت مالي .....                                               |
| ۷۹  | ۱-۵- مقدمه .....                                                                    |
| ۷۹  | ۲-۵- يك ديده‌گاه جديد در روابط بانك با مشتري : به وجود آوردن وفاداري .....          |
| ۸۸  | ۱-۲-۵- پشنيماي سيستم‌هاي اطلاعاتي از ارتباطات با مشتريان .....                      |
| ۸۹  | ۱-۲-۵- ۱-۱- مقدمه مديريتي .....                                                     |
| ۸۹  | ۲-۲-۵- ۲-۱- پيش‌عنوان : رمان ( Front Office ) .....                                 |
| ۹۱  | ۳-۵- ۳-۱- تكامل تقاضا : مشتري ۱ .....                                               |
| ۹۳  | ۴-۵- ۴-۱- تكامل سيستم‌هاي حمايت : فآ دهايم CRM و وفاداري .....                      |
| ۹۹  | فصل ششم : فعاليت‌هاي انبارداده سازمان .....                                         |
| ۱۰۱ | ۱-۶- مقدمه .....                                                                    |
| ۱۰۲ | ۲-۶- ۲-۱- انبار داده .....                                                          |
| ۱۰۴ | ۳-۶- ۳-۱- يك تعريف از انبار داده .....                                              |
| ۱۰۷ | ۱-۳-۶- ۱-۱- اجزاء و معماری انبار داده .....                                         |
| ۱۰۸ | ۱-۳-۶- ۱-۱- داده‌هايي كه از سيستم‌هاي عملياتي مي‌آيند .....                         |
| ۱۰۸ | ۲-۳-۶- ۲-۱- پويابي داده .....                                                       |
| ۱۰۸ | ۳-۳-۶- ۳-۱- انبار داده .....                                                        |
| ۱۰۹ | ۴-۳-۶- ۴-۱- فراداده .....                                                           |
| ۱۱۰ | ۵-۳-۶- ۵-۱- کاربر نهايي .....                                                       |
| ۱۱۰ | ۴-۶- مسائل اصلي از فرايند اجراي يك انبارداده .....                                  |
| ۱۱۱ | ۵-۶- ۵-۱- ابتكارات انبارداري سازمان براي فعاليتهاي بازاریابي در صنعت بانکداری ..... |
| ۱۱۵ | ۱-۵-۶- ۱-۱- مطالعات موردی .....                                                     |



۱۵۵. ۳-۹- ساختار سازمانی.....
۱۵۶. ۴-۹- فرآیندهای اصلی سازمان ها.....
۱۵۸. ۵-۹- مشتری چه کسی است؟.....
۱۵۹. ۱-۵-۹- ارتباط با مشتریان داخلی.....
۱۶۱. ۲-۵-۹- ارتباط با مشتریان بیرونی.....
۱۶۲. ۶-۹- چرخه عمر مشتری.....
۱۶۴. ۷-۹- مفاهیم رضایت و وفاداری مشتری.....
۱۶۴. ۱-۷-۹- تعریف بخش رضایت مشتری.....
۱۶۷. فصل دهم: مزایای عمل و اثرات سازمانی CRM در بانک ها.....
۱۶۹. ۱-۱۰- یک سازمان کسب و کار چگونه.....
۱۷۰. ۲-۱۰- CRM، IT و رویکردهای بازاریابی.....
۱۷۱. ۳-۱۰- مدیریت تغییر و طرح های CRM.....
۱۷۳. فصل یازدهم: سیستم های داده کاوی پشتیبان عملیات بازاریابی و نتیجه گیری.....
۱۷۵. ۱-۱۱- مقدمه.....
۱۷۷. ۲-۱۱- تکامل بازار.....
۱۷۷. ۱-۲-۱۱- اپراتورها.....
۱۷۷. ۲-۲-۱۱- مشتری.....
۱۷۷. ۳-۱۱- طرح های بازاریابی سازمان.....
۱۷۸. ۱-۳-۱۱- داده.....
۱۷۸. ۴-۱۱- بانک.....
۱۷۹. ۱-۴-۱۱- پروژه های جدید.....
۱۷۹. ۱-۱-۴-۱۱- مرکز مراقبت مشتری.....
۱۷۹. ۲-۱-۴-۱۱- مغز بازار.....



