

مدیریت ارتباط

با مشتریان

CRM

www.ketab.ir

تألیف:

ماندانا واقف

سرشناسه	: واقف، ماندانا، ۱۳۶۹ -
عنوان و نام پدیدآور	: مدیریت ارتباط با مشتریان CRM
مشخصات نشر	: تهران: دانش پذیر، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری	: ۱۰۳ ص.: مصور
شابک	: ۹۷۸-۹۶۴-۸۵۲۵-۶۴-۹
وضعیت فهرست نویسی	: فیپای مختصر
یادداشت	: فهرست نویسی کامل این اثر در نشانی: http://opac.nlai.ir قابل دسترسی است
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۸۰۵۵۱۵



ناشر:	انتشارات دانش پذیر
آدرس ناشر:	تهران: خیابان انقلاب، بین فروردین و فخر رازی، پلاک ۱۲۹۶، پاساژ ظریفچی، طبقه دوم، واحد ۵. تلفن: ۶۶۴۶۶۳۶-۰۹۱۲۵۶۲۰۸۲۵
عنوان کتاب:	مدیریت ارتباط با مشتریان CRM
گردآوری و تألیف:	ماندانا واقف
صفحه آرای و ناظر چاپ:	ه. سوری (۰۹۱۲۵۶۲۰۸۲۵)
نوبت چاپ:	اول، ۱۳۹۳
شمارگان:	۵۰۰ جلد
قیمت:	۶۵۰۰۰ ریال
لیتوگرافی:	نقره آبی
چاپ:	معرفت
شابک:	۹۷۸-۹۶۴-۸۵۲۵-۶۴-۹

«کلیه حقوق مادی و معنوی اعم این اثر برای مؤلف محفوظ است»

فهرست مطالب

فصل اول: مفهوم CRM	۷
تعریف جامعی از مدیریت روابط با مشتریان	۸
CRM اصطلاحات جایگزین برای	۹
اهداف CRM	۹
اصول و مفروضات اساسی CRM	۱۰
مفروضات اساسی CRM	۱۰
توهم‌های رایج CRM	۱۱
سازمان و CRM	۱۴
افزایش بهره‌وری با CRM	۱۵
مشتری محوری در همه ابعاد سازمان	۱۶
مشتری و همه مدیریت‌های سازمان	۱۷
CRM یک اقدام همه جانبه	۱۷
چرا CRM؟	۱۷
فصل دوم: سیستم مدیریت ارتباط با مشتری (CRM)	۱۹
مقدمه	۱۹
چه چالش‌هایی در مدیریت فروش با سیستم CRM رفع خواهد شد؟	۲۲
مدیریت فرصت‌های فروش	۲۳
اندازه‌گیری شاخص‌های بازاریابی و فروش	۲۳
ارزیابی عملکرد کارکنان فروش	۲۴
مدیریت فعالیتها و تعاملات سازمان	۲۴

۲۵.....	دسته‌بندی مشتریان
۲۵.....	امنیت و یکپارچگی اطلاعات مشتریان
۲۶.....	چرا مایکروسافت ؟
۲۶.....	کمترین نیاز به بخش IT:
۲۷.....	بازگشت سرمایه بیشتر و هزینه مالکیت پایین تر:
۲۷.....	محیط کاری آشنا:
۲۸.....	یکپارچگی بیشتر:
۲۸.....	تحت وب:
۲۹.....	متمدولوزی مورد استفاده "ابدها Microsoft Dynamics Sure Stepha
۳۰.....	نیازها:
۳۰.....	راه حل‌ها:
۳۰.....	فواید:
۳۱.....	مدیریت ارتباط با مشتریان: (CRM)
۳۱.....	اهداف اجرای پروژه CRM
۳۳.....	دستاوردهای CRM
۳۳.....	فرآیندهای خدماتی و فروش:
۳۴.....	خدمات

فصل سوم: هموار کردن مسیر برای موفقیت CRM..... ۳۵

۳۵.....	۱- نقش واسطه مدیریت دانش و تعهد سازمانی
۳۸.....	۲- بررسی اسناد و مدارک موجود
۴۳.....	۳- مدل تحقیق و فرضیه‌ها
۴۳.....	۳-۱- تأثیر ساختار فناوری CRM بر تعهد سازمانی و مدیریت دانش
۴۷.....	۳-۲- تأثیر تعهد سازمانی بر مدیریت دانش
۴۹.....	۳-۳- تأثیر تعهد سازمانی و مدیریت دانش بر موفقیت CRM
۵۳.....	۴- روش تحقیق

- ۴-۱- نمونه و نحوه عملکرد ۵۴
- ۴-۲- مقیاسها ۵۸
- ۴-۳- مدل و تحلیل ۵۹
- ۵- نتایج ۵۹
- ۶- نتایج و تحقیقات بیشتر ۶۴
- ۶-۱- مباحث و دلالت‌های تئوری ۶۴
- ۶-۲- دلالت‌های مدیریتی ۶۷
- ۶-۳- محدودیت‌ها و تحقیقات آتی ۶۹

فصل چهارم: تحلیل تأثیر مدیریت بر موفقیت CRM ۷۱

- ۱- تأثیرات غیرمستقیم عوامل سازمانی ۷۱
- ۲- پیش زمینه تئوری ۷۳
- ۲-۱- بررسی CRM ۷۳
- ۲-۲- CRM و KM ۷۵
- ۲-۳- عوامل موثر بر موفقیت CRM ۷۷
- ۲-۳-۱- قابلیت‌های KM و موفقیت CRM ۷۷
- ۲-۳-۲- متغیرهای سازمانی و موفقیت CRM ۷۸
- ۲-۳-۳- فناوری و موفقیت CRM ۷۹
- ۲-۳-۴- جهت‌گیری مشتری و موفقیت CRM ۸۰
- ۲-۳-۵- تجربه CRM و موفقیت CRM ۸۱
- ۲-۳-۶- موفقیت CRM: نتایج اجرای CRM ۸۲
- ۳- روش تحقیق ۸۳
- ۳-۱- روش شناختی ۸۳
- ۳-۲- معیار مقیاس ۸۵
- ۳-۳- تحلیل ارزش، اعتبار و ساختار بعدی معیار مقیاس ۸۵
- ۳-۴- تست مدل ساختاری ۸۷

- ۴- تحلیل نتایج..... ۸۹
- ۵- نتایج..... ۹۱
- ۶- محدودیت‌ها و خطوط آتی تحقیق..... ۹۳

فصل پنجم: استراتژی کسب و کار جهت افزایش سوددهی، درآمدزایی و رضایت

- مشتری..... ۹۵
- مراحل طراحی و پیاده‌سازی سیستم مدیریت ارتباط با مشتریان..... ۹۸
- اجزای راهکار مدیریت ارتباط با مشتریان..... ۹۸
- برخی از امکانات و ویژگی‌های راهکار مدیریت ارتباط با مشتریان مایکروسافت:..... ۹۹
- موارد کاربرد..... ۱۰۱
- ابزارها / نرم‌افزارها..... ۱۰۱
- منابع و مراجع..... ۱۰۱
- خدمات و موضوعات مرتبط..... ۱۰۲
- کارفرمایان..... ۱۰۲
- منابع و مآخذ:..... ۱۰۳