

۱۶۴۹۷۴۰

مدیریت زنجیره تأمین
و ارتباط با مشتری

مؤلف:

محمد ساولانی

ساوالانی، محمد، ۱۳۵۳ -

مدیریت زنجیره تأمین و ارتباط با مشتری

مؤلف: محمد ساوالانی

مران: سورمزد، چاپ اول، ۱۳۹۷ / شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۰۱۰-۱۱-۵

موضوع: تدارکات بازرگانی - مدیریت Business logistics - Management

مشتری - مدیریت Customer relations - Management

رده بند: دیو: ۶۵۸/۵

رده بندی: ۱۳۹۰ م ۲۴/۵/۳۸ HD

شماره کتابشناس: ۵۴۱۴۰۶۹

شناسنامه

مدیریت زنجیره تأمین و ارتباط با مشتری

مؤلف: محمد ساوالانی

تهران: هورمزد، چاپ اول، ۱۳۹۷ / شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۰۱۰-۱۱-۵

تعداد: ۱۰۰۰ نسخه /

طراحی جلد: آتلیه طراحی نشر هورمزد / طراحی داخلی: خاکی

نشانی: میدان انقلاب، خ جمالزاده جنوبی، نرسیده به پل هورمزد

پلاک ۷۸، واحد ۱۷ و ۱۹ / تلفن: ۶۶۱۲۵۱۲۶

فهرست

۷	فصل اول: مدیریت زنجیره تامین
۷	مقدمه
۹	مفهوم زنجیره تامین
۱۲	تعاریف مدیریت زنجیره تامین
۱۵	مدیریت زنجیره تامین سطحی
۱۷	عناصر مدیریت زنجیره تامین
۱۹	مراحل توسعه مدیریت زنجیره تامین
۳۲	کاربرد فناوری اطلاعات در مدیریت زنجیره تامین
۳۷	تأثیرات فناوری اطلاعات بر عملکرد زنجیره تامین
۳۹	فرآیندهای بنیادین مدیریت زنجیره تامین
۴۳	چالش‌های پیشروی مدیریت زنجیره تامین
۴۴	عوامل موفقیت مدیریت زنجیره تامین
۴۷	ارزیابی زنجیره تامین
۴۸	روش‌های مدیریت زنجیره تامین
۵۶	سبک‌های مختلف در یادگیری زنجیره تامین
۵۹	فصل دوم: مدیریت ارتباط با مشتری
۵۹	مقدمه
۶۰	مفهوم مشتری‌مداری
۶۱	جایگاه مشتری‌مداری در بازاریابی
۶۵	مفهوم مدیریت ارتباط با مشتری

۴	مدیریت زنجیره تأمین و ارتباط با مشتری
۶۸	تعاریف مدیریت ارتباط با مشتری
۷۱	فلسفه‌ی مدیریت ارتباط با مشتری
۷۴	اهمیت مدیریت ارتباط با مشتری
۷۵	اهداف مدیریت ارتباط با مشتری
۷۶	عناصر اصلی مدیریت ارتباط با مشتری
۷۸	اصول مدیریت ارتباط با مشتری
۸۰	بخش‌های عملکردی مدیریت ارتباط با مشتری
۸۳	روندهای ارتباط با مشتریان
۸۷	فصل سوم: مدیریت بازاریابی در مشتری
۸۷	مقدمه
۸۸	مفهوم وفاداری مشتری
۹۰	اهمیت ایجاد وفاداری در مشتری
۹۳	مزایای وفاداری مشتری
۹۵	رویکردهای ایجاد وفاداری در مشتری
۹۶	انواع وفاداری مشتری
۱۰۰	معیارهای تشخیص وفاداری مشتری
۱۰۴	مراحل وفاداری
۱۰۵	برنامه‌های وفاداری مشتری
۱۰۷	طراحی برنامه‌های ایجاد وفاداری در مشتری
۱۱۱	فصل چهارم: مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی
۱۱۱	مقدمه
۱۱۳	فناوری اطلاعات
۱۱۶	عناصر فناوری اطلاعات

۱۱۸	 انقلاب‌های فناوری اطلاعات
۱۲۴	 کاربرد فناوری اطلاعات در سازمان
۱۲۶	 ابعاد فناوری اطلاعات در سازمان
۱۳۱	 فناوری اطلاعات و مدیریت ارتباط با مشتری
۱۳۲	 تعاریف مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی
۱۳۴	 اهمیت ضرورت مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی
۱۳۶	 تفاوت بین مدل‌های ارتباط با مشتری با رویکرد سنتی و مبتنی بر وب
۱۳۷	 پیش‌نیازها، نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی
۱۳۹	 ویژگی‌های مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی
۱۴۱	 مزایای مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی
۱۴۷	 مراحل مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی
۱۵۲	 کاربردهای مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی
۱۵۷	 فهرست منابع
۱۵۷	 الف) منابع فارسی
۱۶۵	 ب) منابع انگلیسی