

کارآفرینی و خلق کسب و کار

9

مدیریت ارتباط با مشتری CRM

نویسنده :

دکتر شاهرخ فائز

سرشناسه	:	فانض، شاهرخ، ۱۳۶۳ -
عنوان و نام پدیدآور	:	کارآفرینی و خلق کسب و کار - مدیریت ارتباط با مشتری CRM / نویسنده شاهرخ فانض.
مشخصات نشر	:	تهران: شاهرخ فانض، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	:	۲۰۸ ص.
شابک	:	۹۷۸-۶۰۰-۰۴-۹۶۳۶-۴
وضعیت فهرست نویسی	:	فیا
موضوع	:	کارآفرینی
موضوع	:	Entrepreneurship
موضوع	:	خلاقیت در کسب و کار
موضوع	:	Creative ability in business
موضوع	:	مشتری شناسی -- مدیریت
موضوع	:	Customer relations -- Management
موضوع	:	خدمات مشتری -- مدیریت
موضوع	:	Customer services -- Management
رده بندی کنگره	:	۱۳۹۶ ۲۲/۵۲/۵۶۱۵ HB
رده بندی دیویی	:	۳۳۰/۴
شماره کتابشناسی ملی	:	۵۰۹۱۴۸۵

کارآفرینی و خلق کسب و کار- مدیریت ارتباط با مشتری CRM

دکتر شاهرخ فانض

ناشر: مؤلف

طراح جلد: سید شایان جز دره

ویراستار: الهه پورمند

تیراژ: ۱۰۰۰

نسخه نوبت چاپ: اول

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۰۴-۹۶۳۶-۴

فهرست

فصل اول

- ۱۴..... سخن نویسنده
- ۱۶..... مباحث انگیزشی

فصل دوم

- ۲۲..... کارآفرینی و خلق کسب و کار
- ۲۲..... آنچه که هویت شما را می سازد
- ۲۲..... کارآفرینی چیست؟
- ۲۲..... تعریف کارآفرین
- ۲۳..... سیر توسعه کارآفرینی در قرن ها
- ۲۳..... ویژگی کارآفرینان
- ۲۴..... کارآفرینان دقیقاً چه می کنند؟
- ۲۷..... فرآیند کارآفرینی
- ۳۹..... بررسی عوامل شکست در کارآفرینی
- ۳۵..... تجسم زندگی خود در ۷۰ سالگی
- ۳۶..... چه چیزی باعث انگیزش کارآفرینان می شود؟
- ۳۹..... اثرات مثبت کارآفرینی
- ۴۰..... ویژگی کارآفرینان
- ۴۳..... تعریف استارت‌آپ

۴۳		خلاقیت:
۴۵		عوامل تشدید کننده خلاقیت و مبارزه با مشکلات
۴۶		موانع خلاقیت
۴۸		تکنیک های افزایش خلاقیت
۵۱		نوآوری
۵۱		انواع نوآوری :
۵۲		اصول نوآوری:
۵۳		مدیریت:
۵۴		مهارت رهبری:
۵۶		سازماندهی:
۵۸		برنامه ریزی:
۵۹		شناخت انواع شرکت ها :
۶۳		قرارداد کاری:
۶۴		علامت تجاری و نام تجاری:
۶۵		انتخاب نام تجاری مناسب :
۶۶		مدیریت زمان:
۶۶		نکات کلیدی مدیریت زمان :
۶۷		بازاریابی:
۷۱		علامت و نام تجاری :

- ۷۱..... هدف از تبلیغات و انواع آن:
- ۷۲..... انواع تبلیغات:
- ۷۳..... ویژگی های یک آگهی خوب:
- ۷۴..... توسعه کسب و کار بین المللی:
- ۷۵..... ویژگی های پیام تبلیغاتی:
- ۷۵..... کار آفرینی دیجیتال:
- ۷۶..... بررسی فرهنگ کسب کار:
- ۷۶..... بررسی فرهنگ کار در غرب با آمریکا:
- ۷۸..... فرهنگ کار آفرینی از دیدگاه اسلام:
- ۷۸..... بررسی فرهنگ کار در چین و کشورهای جهان سوم:
- ۷۹..... فرهنگ رایج در کشورهای جهان سوم:
- ۸۰..... جدول وضعیت ساعات کار مفید در ۱۱ کشور جهان:
- ۸۱..... راهکار های موثر کار آفرینی:
- ۸۳..... کسب و کار اینترنتی و مزایای آن:
- ۸۴..... مزایای کسب و کار اینترنتی:
- ۸۶..... چرا باید کسب و کار را نوشت:
- ۸۶..... چگونگی تنظیم و ارائه و دفاع از طرح کسب و کار:
- ۸۸..... طرح کسب و کار یک صفحه ای:
- ۸۹..... تحلیل بازار در طرح کسب و کار:

شرایط شراکت:	۹۱
بررسی شرایط شراکت:	۹۲
۵ نکته مهم در انتخاب شریک کاری:	۹۳
۷ نکته مهم در شراکت:	۹۴
یک شراکت بی‌عیب و نقص:	۹۵
خلق کسب و کار:	۹۷
چه می‌شد اگر:	۹۸
خلق مدل کسب و کار من:	۹۹
طراحی کسب و کار من:	۱۰۰
فصل سوم:	
CRM	۱۱۱
تفکر CRM	۱۱۲
روند تکامل CRM	۱۱۲
تفاوت دیدگاه سنتی و امروزی:	۱۱۳
اساس تفکر CRM	۱۱۴
دیدگاه CRM	۱۱۴
خریدار = مشتری:	۱۱۵
مشتری دقیقاً چه می‌خواهد:	۱۱۶
شناسایی انتظارات مشتری:	۱۱۷

- ۱۱۸..... طبقه بندی انواع مشتری
- ۱۱۹..... شبکه های ارتباطی CRM
- ۱۲۰..... تفاوت دیدگاه
- ۱۲۰..... ارزش جمع
- ۱۲۲..... اطلاعاتی که باید از مشتری داشته باشیم
- ۱۲۳..... چرا سازمانها CRM استفاده می کنند؟
- ۱۲۴..... طبقه بندی ذینفع ها
- ۱۲۶..... هدف از CRM
- ۱۲۹..... چقدر طول می کشد تا CRM عملیاتی شود
- ۱۲۹..... چه نوع داده هایی توسط CRM قابل جمع آوری هستند
- ۱۳۰..... کلید پیاده سازی
- ۱۳۰..... عواملی که باعث عدم موفقیت در CRM می شوند
- ۱۳۱..... ابزاری برای شناسایی شرایط محیطی SWOT
- ۱۳۲..... سطوح CRM
- ۱۳۵..... استاندارد ایزو در نظام CRM
- ۱۳۶..... خودکاری سازی (بازاریابی - فروش - خدمات پس از فروش):
- ۱۳۸..... ارائه خدمات یکپارچه:
- ۱۳۹..... بهبود عملکرد CRM:
- ۱۴۰..... زنگ خطر - دلایل حرکت سازمان به سوی CRM:

- ویژگی های یک CRM خوب: ۱۴۱
- تفکر یک منشی با دانش CRM ۱۴۳
- مزایای CRM برای مدیران فروش: ۱۴۴
- اطلاعاتی که یک مدیر فروش باید به کمک CRM داشته باشد: ۱۴۵
- روش های انگیزشی در پرسنل: ۱۴۶
- ابعاد ارزش CRM: ۱۴۶
- اجزای فنی CRM: ۱۴۷
- فناوری E.CRM (Electronic) ۱۵۰
- قابلیت های مهم در CRM ۱۵۰
- استفراغ CRM نیازمند ۱۵۱
- مراحل اصلی تشکیل CRM ۱۵۲
- شناسایی مشکلات سازمان در ۳ عنصر با CRM ۱۵۳
- نتیجه گیری حالات پس از بررسی مشکلات ۱۵۳
- راه اندازی CRM نیازمند عوامل زیر است: ۱۵۴
- روش های تامین سیستم CRM ۱۵۵
- الف) طراحی و ساخت: ۱۵۶
- ب) خرید بسته CRM ۱۵۸
- ج) خدمات میزبانی: ۱۵۹
- د) در بستر شبکه: ۱۶۰

- ۱۶۰..... هزینه های راه اندازی CRM
- ۱۶۱..... عوامل شکست CRM
- ۱۶۲..... بررسی CRM در شرکت DELL
- ۱۶۴..... راه حل های CRM برای سازمانها از نگاه موسسه Forrester
- ۱۶۵..... نمونه هایی از نرم افزار CRM
- ۱۶۵..... تعریف خدمت
- ۱۶۶..... تعریف مشتری
- ۱۶۶..... شکل گیری مشتری مداری
- ۱۶۷..... فرآیند جلب رضایت مشتری
- ۱۶۸..... سطوح مختلف رضایت مشتری
- ۱۶۹..... جایگاه مشتری در فرهنگ های مختلف
- ۱۷۰..... بررسی آماری سازمانهای مشتری مدار
- ۱۷۱..... سیر تکامل دیدگاه در سازمانها
- ۱۷۲..... ساز و کار شرکت های موفق امروزی
- ۱۷۳..... نیاز، خواسته و تقاضای مشتری
- ۱۷۵..... ایجاد رابطه سودمند با مشتری
- ۱۷۶..... ارزش عمر مشتری
- ۱۷۷..... نظر سنجی

۱۷۸.....	دیدگاه های مختلف مشتری:
۱۷۸.....	Enterprise & Organization
۱۷۹.....	Business Model منطق پول در آوردن سازمان
۱۸۰.....	قبل از فروش - حین فروش - پس از فروش:
۱۸۱.....	مزیت های پیاده سازی CRM
۱۸۱.....	رویکردها در اجرای CRM
۱۸۲.....	معیارهای دسته بندی CRM
۱۸۳.....	الف) رفتار
۱۸۴.....	ب) موقعیت جغرافیایی
۱۸۴.....	ج) جمعیت شناختی
۱۸۵.....	چ) روان شناختی
۱۸۵.....	ح) ارتباط
۱۸۵.....	خ) مشتری
۱۸۵.....	د) محصول
۱۸۶.....	ذ) خرید
۱۸۶.....	مراحل اندازه گیری سود دهی مشتری:
۱۸۷.....	تخمین ارزش مالی هر مشتری:
۱۸۷.....	شبیه سازی یک مدل شرکت بازرگانی
۱۸۹.....	گزارش گیری CRM

عملکرد CRM	۱۹۱
CRM مشارکتی - عملیاتی - تحلیلی - راهبردی	۱۹۴
تحلیل شبکه های اجتماعی	۱۹۶
شبکه اجتماعی در CRM	۱۹۷
فرمول میزان موفقیت عملیات بازاریابی	۱۹۷
وفاداری مشتری	۱۹۸
وظایف مدیریت شکایات	۱۹۹
فروش کناری	۲۰۰
چهار بعد ۳۶۰ درجه مشتری	۲۰۰
نیازمندی های اطلاعاتی CRM	۲۰۲
مدیریت تجربه مشتری	۲۰۴
اصل انتخاب	۲۰۵
اصل اعتماد	۲۰۵
آزمون کارآفرینی	۲۰۶
سوالات آزمون CRM	۲۰۸

یکی از مشکلات همیشگی من در مطالعه کتاب های داخلی و خارجی روبرو شدن با حجم زیادی از مطالب و صفحات بالای کتاب بود به طوری که خیلی وقت ها بخاطر حجم زیاد مطالب کتاب از خواندن آنها امطناع می کردم در نهایت با هر سختی که بود چون علاقه به یادگیری داشتم مجبور بودم که آنها را بخوانم و مطالب مهم و کاربردی آنها را در دفتری یادداشت نمایم تا در نوبت های بعدی با صرف زمان کمتری بتوانم همان مطالب مهم را مطالعه کنم و با مطالعه آنها کل مطالب کتاب برایم تداعی شود. بعد از چندی این احساس نیاز را بین دوستان و همکاران خودم دیدم که با توجه به محدودیت زمانی که داشتند، نمی توانستند همه کتاب ها را بخوانند و نکات برجسته و مهم آنها را جمع آوری کنند. آنها بخاطر محدودیت هایی که داشتند از نوشته های من استفاده می کردند این موضوع باعث شد تا جرقه این حرکت بر ذهنم بشکند که چقدر خوب می شود تمام مطالبی که طی سال های متوالی در زمینه های مدیریتی جمع آوری کردم را به همراه مقالات و مطالب روز دنیا و تجربیات موفق مدیران داخلی و خارجی را با هم ترکیب کنم تا عصاره آن در کتابی کنار هم نوشته شود و در عین حال که حجم زیادی نداشته و از پرداختن به توضیحات زیاد و خسته کننده دوری کند، فقط به ادای اصل موضوع بدون هیچ حاشیه ای بپردازد. در این کتاب سعی بر آن شده که مطالب کاملاً به صورت اختصار بیان شود.

در حقیقت خواندن این کتاب در هر زمان توسط خواننده به او تفکری نو می بخشد و خواننده با هر بار خواندن آن در مقاطع زمانی مختلف برداشتهای جدیدی از آن می کند، این کتاب با تمام کتاب هایی که تا به حال

خواننده اید متفاوت هست ، امیدوارم مطالب این کتاب همان طور که به من و اطرافیانم کمک شایانی کرد، بتواند برای شما هم نقش موثر و کار آمد در زندگی و کارتان ایفا نماید و نتیجه شگفت انگیز و مثبت آن را در زندگی خود لمس کنید.

لطفا در خواندن این کتاب قدم به قدم جلو بروید چون دارای نظم خاصی هست و مطالب به یکدیگر مرتبط می باشند ، امید است پس از مطالعه دقیق این کتاب و انجام دستورات آن شما تبدیل به یک کارآفرین موفق در جامعه بین الملل شوید.

شروع این کتاب با مباحث اولیه انگیزشی آغاز و سپس به بررسی کارآفرینی و خلق کردن کسب و کار میپردازد و بعد از جا افتادن این مهم به پردازش چگونگی حفظ و نگهداری سازمان با ساخت CRM می پردازد.

این کتاب برای افرادی که باور دارند یک نخبه هستند و یا باور دارند که می توانند تبدیل به یک نخبه شوند، نوشته شده است بنابراین بارها و بارها با ایمان به خودت بگو "من یک نخبه هستم" تا به باور درونی بررسی و این باور در ضمیر ناخودآگاهت جا خوش کنه و بپذیری که تو هم باید نخبه گونه عمل کنی.

اکنون شما (نخبگان) رو به مطالعه زیبا ترین و شیرین علم جهان دعوت می کنم.