به نام خدا

مدیریت الکترونیکی ارتباط با مشتری

تألیف: شهلا شکوفیان

سرشناسه	:	شکوفیان، شهلا،۱۳۴۶ -
عنوان و نام پدیدآور	:	مدیریت الکترونیکی ارتباط با مشتری/ تالیف شهلا شکوفیان .
مشخصات نشر	:	تهران: وینا، ۱۳۹۰.
مشخصات ظاهری	:	۱۱۴ ص.: مصور، جدول، نمودار.
شابک	:	۵۲,۰۰۰ ریال : ۶-۳۹-۸۸۱۶-۹۶۴-۹۷۸
یادداشت	:	کتابنامه.
موضوع	:	مشتری‌شناسی -- مدیریت
موضوع	:	بازاریابی اینترنتی -- مدیریت
رده‌بندی کنگره	:	۱۳۹۰ ۴م۸ش/۵/۵۴۱۵ HD
رده بندی دیویی	:	۶۵۸/۸۱۲
شماره کتاب‌شناسی ملی	:	۲۶۴۰۱۰۱

عنوان: مدیریت الکترونیکی ارتباط با مشتری

مؤلف: شهلا شکوفیان

صفحه‌آرایی و طراحی جلد: همتا بیداریان

ناشر: وینا

ناشر همکار: آتی‌نگر

تیراژ: ۱۰۰۰

چاپ اول: ۱۳۹۱

قیمت: ۵۲,۰۰۰ ریال

شابک: ۶-۳۹-۸۸۱۶-۹۶۴-۹۷۸

تلفن مرکز پخش: ۸-۶۶۵۶۵۳۳۶

آدرس: تهران- خیابان جمال‌زاده جنوبی- روبه‌روی کوچه رشتچی- پلاک ۱۴۴- واحد ۲

www.ati-negar.com

(هرگونه کپی و نسخه‌برداری از مطالب این کتاب ممنوع می‌باشد).

فهرست مطالب

فصل اول: معرفی CRM ۵

مشتریان حس می‌کنند گمراه می‌شوند، مورد سرزنش قرار می‌گیرند و گول می‌خورند ... ۷

فرصت طلایی ۹

برخی از مزایا و معایب e-CRM ۱۱

فصل دوم: مقدمه‌ای بر بازاریابی رابطه‌ای ۱۷

بازاریابی از طریق کسب اجازه ۱۹

مدیریت گفتگو از طریق استراتژی‌های ارتباطی ۲۳

فصل سوم: بازاریابی از طریق پایگاه داده ۳۳

در بانک اطلاعاتی چه نوع اطلاعاتی ذخیره می‌شود؟ ۳۴

نرم‌افزارهای مورد نیاز کدامند؟ ۴۰

انتخاب سیستم بازاریابی از طریق ایمیل ۴۰

فصل چهارم: E-CRM ۵۱

حرف e، چه چیزی را به CRM می‌افزاید؟ ۵۱

زنده نگه داشتن رابطه ۵۷

فصل پنجم: پروفایل‌سازی ۶۳

چه اطلاعاتی برای تنظیم پروفایل مورد نیاز است؟ ۶۵

روش‌های تهیه پروفایل ۶۶

فصل ششم: شخصی‌سازی ۷۳
چرا شخصی‌سازی ۷۳
رویکردهای شخصی‌سازی ۷۴

فصل هفتم: بازاریابی از طریق ایمیل ۸۱
بازاریابی از طریق ایمیل‌های ارسالی ۸۱
گزینه‌هایی برای بازاریابی از طریق ایمیل ۸۶
مدیریت ایمیل‌های دریافتی ۸۸

فصل هشتم: مباحث کنترلی ۹۱

فصل نهم: پاک‌سازی پایگاه داده ۹۷
روش‌های پاک نگه داشتن پایگاه‌های داده ۹۸

فصل دهم: تحقق ۱۰۱
مدیریت پایگاه داده ۱۰۶
هزینه‌ها و مقیاس‌های زمانی ۱۰۷

منابع: ۱۱۱