
电子商务环境下的客户关系管理

课程背景

电子商务的不断普及和深化，电子商务发展的内生动力和创新能力日益增强，各大企业对电子商务的重视程度和应用普及率也迅猛提升。

传统企业在运作电子商务的过程中还是会遇到各种不同程度的难题和困惑，以顾客为关注焦点已经成为企业经营的核心思想之一。关注顾客表现在许多方面，而且这些方面又不是孤立的，他们成为相互配合相互制约的完整体系。在电商环境下如何将客户关系管理的理念和方法，贯彻到企业的每一个流程，体现在员工的日常行为之中，是本课程的关注重点。

培训对象

董事长、总经理、市场总监、销售总监、客服总监、CRM 主管等

课程收获

电子商务客户信息管理与分析；

电子商务客户满意度管理；

电子商务客户忠诚度管理；

电子商务客户服务管理；

会员管理篇——精准营销

培训方式：**内训**

课程大纲

第一章 电子商务时代客户关系管理的特点

1.1 电子商务环境下客户心理特征

1.2 电子商务客户关系管理

1.2.1 电子商务客户关系管理的特点

1.2.2 电子商务客户关系管理的内容

1.3 典型案例分析

第2章 电子商务客户信息管理与分析

2.1 电子商务客户信息收集的途径与方法

2.2 客户资料库的建立

2.3 电子商务客户信息分析的内容与方法

2.4 典型案例分析

第3章 电子商务客户满意度管理

3.1 电子商务客户满意的影响因素

3.2 电子商务客户满意度衡量的指标体系

3.3 提升电子商务客户满意度的方法

3.4 典型案例分析

第4章 电子商务客户忠诚度管理

4.1 电子商务客户忠诚的分类

4.2 电子商务客户忠诚的影响因素与评价指标

4.3 建立和提高电子商务客户忠诚度的策略

4.4 典型案例分析

第5章 电子商务客户服务管理

5.1 电子商务客户服务管理的内容

5.2.1 售前客户服务策略

5.2.2 售中客户服务策略

5.2.3 售后客户服务策略

5.2.4 客户投诉处理策略

5.2 网络客户服务的方法与技巧

5.2.1 网络客户服务礼仪

5.2.2 网络客户服务沟通技巧

5.2.3 处理投诉技巧

5.3 典型案例分析

第6章：会员管理篇——精准营销

6.1 数据库营销的应用与执行步骤

6.1.1 数据库营销的应用

6.1.2 数据库营销的6个执行步骤

6.2 会员数据库的营销策略与应用

6.2.1 会员数据库的营销策略

6.2.2 会员数据库营销的应用

6.2.3 会员的价值区隔

6.2.4 顾客终身价值

6.2.5 会员数据库 RFM 的分析

6.3 会员数据库的营销工具

6.3.1 电子邮件

6.3.2 呼叫中心

6.3.3 手机 APP

6.4 如何避免会员数据库营销失败

6.4.1 数据库营销的十个误区

6.4.2 如何避免这些数据库营销错误

结束

授课风格

具有扎实的理论功底，丰富的行业知识及企业管理经验，能将复杂深奥的理论用浅显的企业实践案例加以阐述，讲课擅长启发、互动。