
第三方物流的客户关系管理

培训大纲 (2天)

现代商业环境下，客户关系管理（CRM）对企业感知客户的方式有着非常重要的影响，本培训提出了有关第三方物流的 CRM 框架模型，并介绍、解析成功的第三方物流的 CRM 企业具备三种客户导向能力，向各类型企业通了立即可付诸行动的实践指导，并对已经实施 CRM 方案的企业提供了管理建议。

1 第三方物流的客户关系管理（CRM）概述

1.1 什么是客户关系

- ◇ CRM 定义（关键要素和目标角度）
- ◇ CRM 的数据域应用软件介绍

1.2 为什么要实施 CRM（商业环境和客户角色变化角度）

- ◇ 企业的演变\企业整合模型与虚拟空间
- ◇ 企业变革方式\改善方案的变化与转变客户角色

1.3 客户关系管理框架

2 第三方物流的 CRM 模型

2.1 CRM 中的术语简介

- ◇ 界定 CRM 的要素
- ◇ 关系模型
- ◇ 错综复杂的现实情况
- ◇ 价值创造的过程

2.2 交换空间

- ◇ 关于新的市场

- ◇ 了解角色

 - 客户扮演的角色

 - 企业扮演的角色

 - 交换的类型

 - 供应链双方

 - 商业沟通中的多重交换图解

2.3 CRM 模型

- ◇ 三种能力：了解 联系 管理

- ◇ 统筹兼顾

- ◇ CRM 框架

 - 了解客户信息

 - 与客户建立联系

 - 合同管理

3 了解第三方物流的 CRM

3.1 谁是我们的客户

- ◇ 客户的定义

- ◇ 错误的假设

- ◇ 客户的特征

- ◇ 关系空间

- ◇ 识别标志

- ◇ 所需信息

3.2 客户的期望

- ◇ 客户需要什么

- ◇ 客户群的需要

- ◇ 客户什么时候需要帮助

- ◇ 客户需要怎样的沟通

3.3 客户的价值潜力

- ◇ 价值描述

- ◇ 客户价值

- ◇ 客户价值描述

- ◇ 成本和收益

- ◇ LTV

- ◇ 价值优先级

- ◇ 价值的动态性

4 联系

4.1 目标关系

- ◇ 主观定义

- ◇ 关系战略

- ◇ 价格导向关系

- ◇ 产品导向关系

- ◇ 用户导向关系

-
- ◇ 价值导向关系

4.2 如何发展关系

- ◇ 关系基础原理
- ◇ 沟通构思
- ◇ 实际沟通
- ◇ 倾听
- ◇ 价值创造
- ◇ 共享

4.3 如何共同控制

- ◇ 关于共同控制
- ◇ 虽然艰难但必须进行
- ◇ 共同控制规划
- ◇ 共同控制的领域
- ◇ 决策
- ◇ 信息

5 联系

5.1 我们的身份

- ◇ 我们是谁
- ◇ 经营战略
- ◇ 管理战术
- ◇ 沟通渠道

-
- ◇ 企业特征

5.2 如何组织 CRM

- ◇ 组织风格
- ◇ 统筹兼顾
- ◇ 组织结构
- ◇ 组织标准

5.3 如何执行变革

- ◇ 商业特征
- ◇ 企业响应
- ◇ 变革的方式
- ◇ 提高变革能力
- ◇ 给予规则的方法
- ◇ CRM 方案的指导方针
- ◇ 项目管理办公室

5.4 如何衡量绩效

- ◇ 为什么要衡量绩效
- ◇ 衡量什么及如何衡量
- ◇ 工具和技术
- ◇ 正确的选择

6 电子商务

6.1 电子商务的概念和重要性

6.2 CRM 与电子商务的联系

6.3 与战略和变革相关的 CRM