

CRM – Zarządzanie relacjami z klientami

63 strony, 29 pozycji w bibliografii

1. Charakterystyka rynków 2
2. CRM; narodziny i ewolucja kierowania relacjami z klientem 13
3. CRM i technologia: narzędzia techniczne, zwłaszcza informatyczne, 20
4. CRM i proces obsługi klienta 26
5. Segmentacja klientów jako źródło informacji dla CRM 31
6. Oddziaływanie na klienta w CRM 37
7. Oddziaływanie klienta na przedsiębiorstwo: uwagi krytyczne, reklamacje i skargi. 42
8. Lifetime value (LTV) klienta 46
9. Narzędzie podtrzymujące LTV; programy lojalnościowe (idea, przegląd sposobów realizacji) 51

Bibliografia 61

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis