【客户关系管理】

SJQU-QR-JW-033（A0）

【Customer Relationships Management】

一、基本信息

**课程代码：**【 】

**课程学分：**【2】

**面向专业：**【工商管理】

**课程性质：**【专业必修课】

**开课院系：**珠宝学院工商管理系

**使用教材：**

主教材【忠诚增长-新零售时代的用户管理，邓斐，中国财富出版社，2020-06】

辅助教材【客户关系管理——客户关系的建立与维护 (第4版)，苏朝晖 著，清华大学出版社，2018-05】

参考教材【周婷：奢侈品客户关系管理，对外经济贸易大学出版社，2017-12】

【一对一营销--客户关系管理的核心战略，唐璎璋，孙黎，中国经济出版社，2013.2】

【客户关系管理的中国之路，田同生，机械工业出版社，2013.8】

【客户关系管理，董金祥等，浙江大学出版社，2013.12】

**课程网站网址：**

**先修课程：**【微观经济学（双语）2060513、管理学（双语）2120052】

二、课程简介

客户关系管理是企业营销管理中一个新的分支，是现今很多企业急需探讨的热门话题。本课程介绍企业实施客户关系管理的具体流程和相应的企业变革。主要内容包括客户关系管理与关系营销、客户关系管理整体流程、客户数据库、客户价值评估、客户细分、客户价值设计、客户价值传递、客户价值监测等。

三、选课建议

此课程适合本科专业学生在大三下学期学习，一般应具备相应的经济学、管理学知识，和一定的分析问题、解决问题的能力。

四、课程与专业毕业要求的关联性

|  |  |
| --- | --- |
| 专业毕业要求 | 关联 |
| LO11：表达沟通。理解他人的观点，尊重他人的观点，能在不同场合用书面或口头形式进行有效沟通。 | ● |
| LO21：自主学习。学生能根据环境需要确定自己的学习目标，并主动地通过搜集信息、分析信息、讨论、实践、质疑、创造等方法来实现学习目标 | ● |
| LO31：调查预测能力。熟悉调查方案的策划，调查问卷的设计，掌握常用的资料分析与预测方法，熟悉调查报告的写作。 |  |
| LO32：市场开拓能力。熟悉SWOT分析、波士顿矩阵、STP分析、4P组合、营销组织与控制等，并能有效应用 | ● |
| LO33：生产运作能力。清楚生产运作系统的设计、[进度管理](http://baike.baidu.com/item/%E8%BF%9B%E5%BA%A6%E7%AE%A1%E7%90%86/12744893)、质量管理、技术管理、设备管理等。 |  |
| LO34：人力资源能力。熟悉人力资源工作规划、招聘与配置、培训与开发、[绩效管理](http://baike.baidu.com/item/%E7%BB%A9%E6%95%88%E7%AE%A1%E7%90%86)、薪酬与福利、劳动关系管理，并能设计方案。 |  |
| LO35：财务管理能力。清楚资金的筹集、投资、运营、分配和财务计划与决策、财务预算与控制、财务分析与考核等 |  |
| LO36：项目管理能力。熟悉项目范围、项目时间、项目[成本](http://baike.so.com/doc/301833-319493.html)、项目质量、项目人员、项目沟通、[项目风险](http://baike.so.com/doc/4386904-4593403.html)、项目采购、项目集成管理等。 |  |
| LO37 商务策划能力。能用已有的思维成果和创新的方法进行策划。熟悉营销策划原理与步骤、策划创意与文案、营销策划整体设计及运用等。 |  |
| LO41：尽责抗压。遵守纪律、守信守责；适应环境变化，具有耐挫折、抗压力的能力。（“责任”为我校校训内容之一） | ● |
| LO51：协同创新。同群体保持良好的合作关系，做集体中的积极成员；善于从创新思维，利用自己的知识与实践来提出新设想。 |  |
| LO61：信息应用。具备一定的信息素养，善于收集信息，并能在工作中应用信息技术解决问题。 |  |
| LO71：服务关爱。愿意服务他人、服务企业、服务社会；为人热忱，富于爱心，懂得感恩（“感恩、回报、爱心”为我校校训内容之一）。 | ● |
| LO81：国际视野。具有基本的外语表达沟通能力与跨文化理解能力，有国际竞争与合作的意识。 |  |

五、课程目标/课程预期学习成果

通过本课程的学习，学生应实现如下目标：

1.知识目标：在理论学习中，了解客户关系管理产生的背景，系统理解客户关系管理的理念，掌握客户收益性分析、客户细分及其管理策略等内容，了解数据挖掘方法在客户关系管理中基本应用，较好地掌握客户关系管理的基本理论、原理和方法。树立客户关系意识，对本课程的性质、任务、结构有一个全面明确的体会了解，建立一个完整的构架。

2.能力目标：通过对本课程的学习，学生能把握新经济时代的商务规律，树立“客户资源已经成为最宝贵财富”的管理思想，系统掌握客户关系管理的理论、方法与应用技术，并具备一定的CRM战略制定、CRM开发及CRM项目管理控制的能力。

3.情感目标：通过本门课程的学习和实践，能够培养出学生在客户关系管理上的浓厚兴趣，具备良好的深入自学能力，同时培养学生具有良好的从业意识，具有一定的处理问题能力和客户关系管理经验。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程预期学习成果 | 课程目标（细化的预期学习成果） | 教与学方式 | 评价方式 |
| 1 | LO112 | 应用书面或口头形式，阐释自己的观点，有效沟通 | 小组讨论案例教学 | 纸笔测试案例分析 |
| 2 | LO312 | 掌握常用的资料分析与预测方法 |
| 3 | LO323 | 掌握营销策略的4P组合 |
| 4 | LO412 | 诚实守信：为人诚实，信守承诺，尽职尽责 | 案例教学 | 教师评价 |
| 5 | LO712 | 助人为乐：富于爱心，懂得感恩，具备助人为乐的品质 | 问卷分析 | 教师评价 |

六、课程内容

**第1单元 课程介绍及客户关系管理概述 理论课时4 实践课时0**

教学内容：

* 1. 课程介绍
	2. 关系营销与客户关系管理
	3. 客户关系管理的内涵
	4. 客户关系管理的思路

知识要求：

1. 了解客户关系管理产生的背景
2. 理解关系营销的基本内涵
3. 熟悉客户关系管理的内涵
4. 了解客户关系管理的思路是什么

能力要求：

1. 能够运用客户关系管理的理论内涵，分析企业的客户关系状况

情感要求：

1. 培养学生对客户关系管理的兴趣

教学难点：

客户关系管理的思路

**第2单元 客户关系的建立 理论课时8 实践课时0**

教学内容：

2.1客户的选择

2.2客户的开发

知识要求：

1. 了解为什么要选择客户
2. 掌握好客户与坏客户的定义
3. 了解选择客户的指导思想
4. 掌握营销导向的开发策略
5. 掌握推销导向的开发策略

能力要求：

够使把客户的选择与客户的开发有机结合起来

情感要求：

培养学生对客户的选择以及开发当中的客户关系管理的热爱

教学难点：

客户的选择与客户的开发有机结合起来，并能运用

**第3单元 构建客户信息库 理论课时4 实践课时0**

教学内容：

3.1客户信息库概述

3.2客户信息库的构建

3.3客户信息库的运用

知识要求：

了解客户信息的重要性；

熟悉应当掌握的客户信息；

掌握如何运用数据库管理客户信息

能力要求：

应当掌握哪些客户信息

如何运用数据库管理客户信息

教学难点：

收集客户信息的渠道

数据库的运用

**第4单元 客户分级的重要性 理论课时4 实践课时0**

教学内容：

4.1客户分级的概念

4.2如何实现客户分级

4.3客户分级的管理

知识要求：

1. 掌握客户分级的概念
2. 理解如何对客户分级
3. 客户分级的管理措施

能力要求：

运用客户分级来管理客户

教学难点：

对关键客户的识别

**第5单元 客户的沟通 理论课时4 实践课时0**

教学内容：

5.1客户沟通的作用与内容

5.2企业与客户沟通的途径

5.3客户与企业沟通的途径

5.4客户投诉

知识要求：

1. 理解客户的沟通的意义
2. 掌握客户沟通的途径
3. 运用有效办法，处理客户投诉

能力要求：

熟练运用有效办法进行客户投诉的处理

情感要求：

 培养学生理解和分析客户沟通的途径与方法

教学难点：

客户投诉的有效处理办法

**第6单元 客户满意度以及忠诚度的建设 理论课时4 实践课时0**

教学内容：

6.1客户满意、忠诚的概念与意义

6.2影响客户满意、忠诚的因素

6.3掌握客户满意、实现客户忠诚的策略

知识要求：

1. 掌握满意、忠诚的概念以及其方式及模式
2. 熟悉客户满意、忠诚的构成要素
3. 运用理论知识，掌握实现客户满意、实现客户忠诚的策略

能力要求：

 综合分析客户满意的内涵，制定切实可行的如何让客户满意的路线

情感要求：

培养学生重视让客户满意的路线

教学难点：

客户满意、忠诚的构成要素及其影响

**第7单元 客户周期管理 理论课时4 实践课时0**

教学内容：

7.1客户获取管理

7.2客户保持管理

7.3客户开发管理

7.4客户流失管理

7.5 客户挽回管理

知识要求：

1. 熟悉客户获取管理的原则与途径
2. 掌握客户保持战略
3. 了解客户开发的流程
4. 熟悉客户流失管理的策略
5. 掌握挽回流失客户的策略

能力要求：

分析客户关系破裂的原因；掌握挽回流失客户的策略

情感要求：

树立学生重视保持客户关系的意识

教学难点：

客户挽回的策略

七、评价方式与成绩

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成（X） | 评价方式 | 占比 |
| X1 | 课堂作业 | 30% |
| X2 | 小组汇报 | 30% |
| X3 | 案例分析报告 | 40% |

撰写人：李晶晶 系主任审核签名： 审核时间：