المحآضرة الثآلثة عشر ..

م١٣/ يجب ان يكون تنفيذ ادارة علاقات العملاء : موجها ومركزا على العميل

توفيروتقديم الدعم للعملاء من أختصاص : CRM

شرعت المنظمات في عملية تكامل التطبيقات الخاصة بالعملاء : في اواخر التسعينات من القرن الماضي

حققت الشركات تقدما ملحوظا في ميدان : التسويق الجزئي

أنماط ادارة علاقات العملاء: ١-إدارة سلسلة التموين التشغيلية : توفر الدعم ما قبل وما بعد البيع والتسويق وعمليات خدمة العملاء

٢- إدارة سلسلة التموين التحليلية : توفر ادوات جمع وتحليل البيانات التي تم جمعها خلال الفترة التشغيلية

٣- إدارة سلسلة التموين التعاونية : تتعامل مع نقط التفاعل ما بين المنظمة و العميل

ادارة علاقات العملاء من منظور استراتيجية الاعمال : تشجع التركيز على العميل وقطاعات العملاء والتسويق الفردي وتزيد في مستوى الحفاظ على العملاء

ادارة علاقات العملاء من منظور التكنولوجيا : تعزز العلاقة القريبة مع العميل وتقوم بتحليل معلومات العميل كما تعزز النظرة المتسقة الى العميل

ادارة علاقات العملاء من منظور العميل : زيادة في فرص التفاعل وولاء العملاء

يجب على الادارة الجيدة لعلاقات العملاء ان تدعم الوظائف التالية: ١- ادراك حاجة العميل والحفاظ عليها ، التحفيزات والسلوكيات خلال مدة العلاقة ٢- تسهيل استخدام تجارب العملاء للاستمرار في تحسين العلاقة ٣- ادراج التسويق والمبيعات ونشاطات الدعم بالاضافة الى قياس وتقييم عمليات اكتساب المعرفة والمشاركة

تشمل عمليات تسليم ادارة علاقات العملاء CRM على : ١- إدارة الحملة الدعائية : الهدف منها هو جلب عملاء محتملين للمنظمة

٢- إدارة المبيعات : الهدف منها تحويل العملاء المحتملين الى مستهلكين ٣- إدارة الخدمات : يتم توفير الدعم المستمر للعميل و تقديم المساعدة ٤- ادارة الشكاوى : تهدف الى تحسين رضا المستخدم وذلك بمعالجة الشكاوى والدعم المستمر

تشمل عمليات دعم ادارة علاقات العملاء CRM على : ١- ابحاث السوق : تركز على التصميم المنهجي و جمع البيانات و تحليلها واصدار التقارير وايجاد نشاطات تخص المبيعات المهمة في المنظمة

٢- إدارة الولاء : يتم توفير العمليات لتعظيم مدة وحدة العلاقات مع العملاء

تشمل عمليات تحليل ادارة علاقات العملاء CRM على : ١- ادارة القيادة : تركز على تنظيم و اعطاء الاولويات للاتصالات مع العملاء ٢- تنميط العملاء : تركز على تطوير النمط التسويقي لكل عميل

٣- إدارة التغذية الراجعة : يتم توحيد وتحليل المعلومات الخاصة

س١/ لا يعتبر نمط من أنماط ادارة سلسلة التموين SCM :

أ- إدارة سلسلة التموين التشغيلية
ب- إدارة سلسلة التموين التحليلية
ج- إدارة سلسلة التموين التعاونية
د- إدارة سلسلة التموين التفاعلية

س٢/يجب أن يكون تنفيذ إداره علاقة العملاء CRM

أ- موجها ومركزا ع العميل
ب- موجها إلى العميل ومركزا ع أستراتيجيات التسويق
ج- موجها إلى العميل ومركزا ع إسترتيجيات المنظمه
د- موجها ومركزا ع التكنولوجيا

س٣/توفير وتقديم الدعم للعملاء من أختصاص

أ- CRM
ب- ERP
ج- SCM
د- لا شيء مما سبق

س٤/شرعت المنظمات في عملية تكامل التطبيقات الخاصة بالعملاء

أ- في اواخر التسعينات من القرن الماضي
ب- في بداية الستينات من القرن الماضي
ج- في بداية التسعينات من القرن الماضي
د- في اواخر الستينات من القرن الماضي

نهاية المحاضرة الثالثة عشر ..