



منابع اصلی

- **Customer relationship management, Concepts and technologies, Fourth Edition, 2019, Francis Butle & Stan Maklan**
- **Key Marketing Metrics The 50+ metrics every manager needs to know, 3rd Edition, 2021, Neil T . Bendle, Paul W . F Arris, Phillip E. Pfeifer, David J. Reibs Tein**

(این کتابها را می توانید از گیگا لیب <http://gigalib.org> که دسترسی به آن از طریق دانشگاه فراهم شده دانلود کنید و یا فایل آن را از استاد تحویل بگیرید.

منابع مفید برای مطالعه

- فراسوی مشتری‌مداری، نوشته ی کن بلانچارد – شلدون بولز، ترجمه ی محمد گذرآبادی
- مشتری بی‌صدا، چرا مشتریان ما را ترک می کنند؟، نوشته فابیولا کورورا – استیملینگ، ترجمه وظیفه دوست، درگی و اکبری
- مشتری‌مداری، تمرکز بر مشتریان حقیقی برای کسب مزیت رقابتی، نوشته ی پیتر فیدر، ترجمه ی نوشا صفاهانی
- قلاب (چگونه مشتری را به محصولاتمان وفادار کنیم) نوشته ی نیرایال و رایان هوور، ترجمه علی شه‌شناس
- مشتری در جایگاه شریک، نوشته چیپ بل، ترجمه غلامرضا صالحی
- **Customer care or nightmare! Save your customer relationship, before it's too late!, 2017, Clive Price & Jean B. Dean & Bookboon.com**
- سایت <https://www.crmxchange.com/> مطالب خیلی مفیدی برای مطالعه دارد.

طرح درس مدیریت ارتباط با مشتری و عملکرد بازاریابی

مطالب مطرح در این درس

منطبق با فصول --	مطالب مطرح در جلسه	محورهای کلی مورد بحث در دوره
فصول 1، 2، 3 و 4 و 13 باتله و مک لان	<ul style="list-style-type: none"> - مفهوم ارتباط - سطوح مختلف CRM - مدل های CRM - CRM اجتماعی - سفر مشتری و مدیریت سفر مشتری (جذب، حفظ و توسعه مشتری) - درک مزایای CRM 	<p>درک مفهوم مدیریت ارتباط با مشتریان</p> <p>(آنچه هست و آنچه نیست)</p>
فصول 5، 6 و 7 باتله و مک لان	<ul style="list-style-type: none"> - مدیریت مجموعه ی مشتریان - مفهوم ارزش و مدیریت ارزش تجربه شده توسط مشتری - مدیریت تجربه مشتری 	CRM استراتژیک
فصل 8 باتله و مک لان	- اتوماسیون بازاریابی	CRM عملیاتی
فصل 9 باتله و مک لان	اتوماسیون فروش	
فصل 10 باتله و مک لان	اتوماسیون خدمات	
فصل 11 و 12 باتله و مک لان	<p>طراحی و مدیریت پایگاه داده مشتریان</p> <p>انواع داده های مفید، جمع آوری داده ها، ذخیره سازی داده ها، تحلیل داده ها</p> <p>ابزارهای تحلیل داده ها</p> <p>کاربردهای تحلیل داده ها</p>	CRM تحلیلی
ارائه تمرین دوم		
فصل 14 باتله و مک لان	<ul style="list-style-type: none"> - تدوین استراتژی - زیربنای لازم برای اجرای پروژه - شناسایی نیازها و انتخاب شرکا - اجرای پروژه - ارزیابی عملکرد CRM 	<p>برنامه ریزی و اجرای پروژه ی مدیریت ارتباط با مشتری</p>
تدریس از منابع آزاد (می توانید از کتاب Key Marketing Metrics استفاده کنید)	<ul style="list-style-type: none"> - ضرورت سنجش عملکرد بازاریابی - روش های سنجش عملکرد بازاریابی - مهمترین شاخص هایی که باید سنجیده شوند. 	مدیریت عملکرد در بازاریابی
ارائه تمرین سوم		

طرح درس مدیریت ارتباط با مشتری و عملکرد بازاریابی

نحوه ی ارزیابی:

- تمرین های کلاسی 7 نمره
- حضور در کلاس و مشارکت در مباحث کلاسی (1+2) نمره
- پایان ترم (ارزیابی تئوریک) 12 نمره

توضیحات:

- ارزیابی تئوریک، از مطالب مطرح شده در کلاس، خواهد بود.
- با توجه منبع معرفی شده، برای کسب نمره مشارکت در کلاس، دانشجویان باید قبل از حضور در کلاس، مطالب را مطالعه کنند تا بتوانند در مباحث کلاس به صورت فعالانه مشارکت کنند.

تمرین ها

تمرین اول: (2 نمره)

- وارد سایت <https://www.crmxchange.com/> شوید. وارد قسمت Case Studies شوید. یک کیس را انتخاب و مطالعه کنید و مشکل پیش آمده و راه حل ارائه شده در کیس را در کلاس ارائه دهید.
- توضیحات:** ارائه کیس از هفته سوم مهر شروع می شود و دانشجویان موظف هستند تا قبل از آن، تاریخ و کیس های انتخابی خود را در گروه کلاس اعلام کنند تا از طرح کیس انتخابی و یا تاریخ تکراری اجتناب شود. کوتاهی در انجام این کار منجر به کسر نمره خواهد شد. ارائه کننده کیس موظف است حداقل یک روز قبل از ارائه، کیس و ترجمه آن را در گروه به اشتراک بگذارد تا سایر دانشجویان بتوانند آن را مطالعه کنند. مشارکت دانشجویان در تحلیل کیس، به عنوان فعالیت کلاس مد نظر قرار می گیرد.

تمرین دوم: (3 نمره)

- یک کسب و کار معمول را در نظر بگیرید (این کسب و کار می تواند کسب و کار خودتان باشد). بازار هدف و سطح فعالیت آن را توصیف کنید. با توجه به بازار هدف و توانمندی مالی که کسب کار انتخابی شما دارد سعی کنید پاسخ سوالات زیر را به نحوی که عملی باشند مشخص کنید:
- چه استراتژی هایی را برای جذب مشتری پیشنهاد می کنید؟ (از دادن پاسخ های کلی اجتناب کنید و مانند یک مشاور، هر پیشنهادی که می دهید به تفصیل، نحوه عملیاتی کردن آن را نیز بیان کنید).
- چه استراتژی هایی را برای حفظ مشتری پیشنهاد می کنید؟ (استراتژی های مثبت و منفی)
- چه استراتژی هایی را برای توسعه مشتری پیشنهاد می کنید؟
- برای بهبود این کسب و کار، چه روش هایی را برای ارتباط بهتر با مشتریان پیشنهاد می کنید؟
- چه داده هایی را از مشتریان لازم است جمع آوری کنید؟ این داده ها را چگونه جمع آوری و ذخیره می کنید؟ از این داده ها قرار است چگونه استفاده کنید؟
- توضیحات:** اگرچه سوالات فوق از یکدیگر تفکیک شده اند، اما طبیعی است که بخش های مشترکی با یکدیگر داشته باشند. دانشجو باید حداقل یک روز قبل از ارائه در کلاس، حاصل کار خود را در قالب یک فایل در گروه به اشتراک بگذارد و سپس آن را در کلاس ارائه دهد. مشارکت سایر دانشجویان در تکمیل، بهبود و اصلاح راه حل های پیشنهادی دانشجو به عنوان مشارکت در کلاس لحاظ می شود.

طرح درس مدیریت ارتباط با مشتری و عملکرد بازاریابی

- تمرین سوم: (3 نمره)

به کتاب **Key Marketing Metrics The 50+ metrics every manager needs to know** مراجعه کنید. این کتاب شاخص های مختلفی را همراه با نحوه ی محاسبه ی آنها و مثالهایی برای محاسبه، معرفی کرده است. در دو حوزه ی مختلف (مثلا قیمت گذاری و توزیع، یا محصول و مشتری، و ...) 4 شاخص را انتخاب کنید (در هر حوزه دو شاخص)، دلیل، کارکرد، و نحوه ی محاسبه ی شاخص را به خوبی مطالعه کنید و در کلاس با استفاده از مثال مطرح شده توسط کتاب، ارائه دهید.

توضیحات: دانشجویانی که شاخص های انتخابی را برای یک شرکت خودشان، با داده های واقعی محاسبه و ارائه دهند، نمره ی اضافه تعلق می گیرد. لازم است دانشجو روز قبل از ارائه، شاخص های انتخابی و نحوه محاسبه شاخص ها را در گروه به اشتراک بگذارد. دانشجو باید شاخص هایی را انتخاب کند که به طور کامل بر محاسبه آنها مسلط باشد و بتواند به سوالات استاد و سایر دانشجویان در مورد شاخص ها پاسخ دهد.

به امید گذراندن یک دروه مفید

موفق باشید