



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. Reibstein
- The Art of CRM: Proven strategies for modern customer relationship management, 2019, Max Fatouretchi

(این کتابها را می توانید از گیتا 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 مشتری مداری، نوشته ی کن بلانچارد - شلدون بولز، ترجمه ی محمد گذرآبادی
- مشتری بی صدا، چرا مشتریان ما را ترک می کنند؟، نوشته فابیولا کورورا - استیملینگ، ترجمه وظیفه دوست، درگی و اکبری
- مشتری مداری، 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

محورهای کلی مورد بحث در دوره	مطالب مطرح در جلسه	منطبق با فصول --
درک مفهوم مدیریت ارتباط با مشتریان (آنچه هست و آنچه نیست)	- مفهوم ارتباط - سطوح مختلف CRM - مدل های CRM - CRM اجتماعی - سفر مشتری و مدیریت سفر مشتری (جذب، حفظ و توسعه مشتری) - درک مزایای CRM	فصول ۱، ۲، ۳ و ۴ و ۱۳ باتله و مک لان
CRM استراتژیک	- مدیریت مجموعه ی مشتریان - مفهوم ارزش و مدیریت ارزش تجربه شده توسط مشتری - مدیریت تجربه مشتری	فصول ۵، ۶ و ۷ باتله و مک لان
CRM عملیاتی	- اتوماسیون بازاریابی - اتوماسیون فروش - اتوماسیون خدمات	فصل ۸ باتله و مک لان فصل ۹ باتله و مک لان فصل ۱۰ باتله و مک لان
CRM تحلیلی	- طراحی و مدیریت پایگاه داده مشتریان - انواع داده های مفید، جمع آوری داده ها، ذخیره سازی داده ها، تحلیل داده ها - ابزارهای تحلیل داده ها - کاربردهای تحلیل داده ها	فصل ۱۱ و ۱۲ باتله و مک لان
برنامه ریزی و اجرای پروژه ی مدیریت ارتباط با مشتری	- چه چیزی از CRM می خواهیم؟ - شناخت مشتری - مفهوم سازی طراحی CRM از الزامات کسب و کار - معماری CRM (راهکاری برای امروز و آینده) - استفاده از هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی در استراتژی CRM - رگولاتوری و قوانین و مقررات ناظر - استراتژی های یکپارچه سازی CRM	فصل ۱ فتوره چی فصل ۲ فتوره چی فصل ۳ فتوره چی فصل ۴ فتوره چی فصل ۵ فتوره چی فصل ۶ فتوره چی فصل ۷ فتوره چی
آشنایی با نرم افزار		
مدیریت عملکرد در بازاریابی	- ضرورت سنجش عملکرد بازاریابی - روش های سنجش عملکرد بازاریابی - مهمترین شاخص هایی که باید سنجیده شوند.	کتاب نیل و همکاران

طرح درس مدیریت ارتباط با مشتری و عملکرد بازاریابی

نحوه ی ارزیابی:

- ارائه کلاسی ۳ نمره
 - تمرین ارزیابی عملکرد بازاریابی ۳
 - حضور در کلاس و مشارکت در مباحث کلاسی ۲ نمره
 - پایان ترم (ارزیابی تئوریک) ۱۲ نمره
-

توضیحات:

- ارزیابی تئوریک، از مطالب مطرح شده در کلاس، خواهد بود.
- با توجه به منابع 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

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) ۴ 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: 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