

CRM 軟體應用(叡揚雲端)(VCR)

知識與技能規範	子項
1. 顧客關係管理導論	1.1 顧客關係管理是當前企業經營的重要議題 1.2 顧客關係管理的起源 1.3 顧客關係管理的定義與本質 1.4 顧客關係管理的演進與架構 1.5 顧客關係管理的現況與趨勢 1.6 雲端顧客關係管理系統實作
2. 瞭解顧客本質與消費行為	2.1 顧客的特徵 2.2 顧客權益的概念 2.3 顧客價值的定義與構面 2.4 顧客關係創造企業價值 2.5 顧客價值的分析 2.6 顧客價值的測量 2.7 消費者行為 2.8 消費者行為架構 2.9 雲端顧客關係管理系統實作
3. 顧客關係管理的銷售與行銷	3.1 銷售管理 3.2 銷售流程 3.3 行銷的重要定義 3.4 行銷趨勢的演變 3.5 從傳統行銷轉型顧客關係行銷 3.6 一對一行銷與關係行銷 3.7 雲端顧客關係管理系統實作

知識與技能規範	子項
4. 建立顧客關係管理導向的策略規劃	4.1 建立 CRM 策略的原因 4.2 顧客關係管理計畫 4.3 CRM 策略執行 4.4 企業與顧客的關係價值 4.5 顧客關係管理與企業競爭優勢 4.6 完整的 CRM 運作流程 4.7 整合性的 CRM 架構 4.8 建立以顧客為導向的企業文化 4.9 雲端顧客關係管理系統實作
5. 設計顧客服務與支援管理的新流程	5.1 顧客服務管理 5.2 服務品質 5.3 顧客抱怨 5.4 顧客服務中心的建置 5.5 網路行銷顧客服務 5.6 體驗行銷的重要性 5.7 雲端顧客關係管理系統實作
6. 建立顧客經驗與創造顧客價值	6.1 顧客經驗管理概念 6.2 顧客經驗管理的五個基本步驟 6.3 創造完美整體顧客經驗 6.4 創造顧客價值 6.5 顧客價值戰略定位 6.6 創造價值比創造利潤重要 6.7 雲端顧客關係管理系統實作

知識與技能規範	子項
7. 發展、維繫、強化顧客關係	7.1 發展顧客關係 7.2 認識潛在顧客 7.3 發展深度顧客洞察力 7.4 利用及善用顧客資料 7.5 整合顧客觀點 7.6 顧客維持之道 7.7 顧客流失與顧客保留 7.8 將價值帶給顧客 - 組織結構調整 7.9 強化顧客關係管理 7.10 雲端顧客關係管理系統實作
8. 建立顧客忠誠度計劃	8.1 顧客忠誠度 8.2 忠誠顧客養成計劃 8.3 顧客忠誠計劃的衡量與評估 8.4 顧客忠誠的補救 8.5 雲端顧客關係管理系統實作
9. 顧客不滿意與抱怨的處理	9.1 顧客滿意度的定義 9.2 顧客滿意度調查 9.3 管理顧客抱怨 9.4 顧客抱怨所衍生出的顧客投訴 9.5 顧客投訴的管理 9.6 雲端顧客關係管理系統實作

知識與技能規範	子項
10. 顧客關係管理的評估與衡量	10.1 顧客關係管理的評估與衡量 10.2 傳統的行銷指標 10.3 主要的顧客評量指標 10.4 重要的顧客價值指標 10.5 策略性顧客價值指標 10.6 評估顧客選擇策略的技術 10.7 雲端顧客關係管理系統實作
11. 資料庫行銷與應用	11.1 認識資料庫及行銷探索 11.2 資料庫行銷功能 11.3 資料庫行銷與顧客關係管理的關係 11.4 資料庫行銷的執行 11.5 資料庫行銷策略的範圍 11.6 電子郵件資料庫行銷 11.7 資料庫行銷失敗原因 11.8 雲端顧客關係管理系統實作
12. 建立顧客資料倉儲與資料探勘	12.1 資料倉儲的定義與運作 12.2 CRM 建立資料倉儲的目的 12.3 資料倉儲的架構及建置 12.4 資料倉儲的技術基礎 12.5 資料探勘 12.6 顧客關係管理與資料探勘 12.7 資料探勘的步驟與技術 12.8 雲端顧客關係管理系統實作

知識與技能規範	子項
13. 商業智慧在顧客關係管理的應用	13.1 商業智慧(BI) 13.2 商業智慧系統和資料倉儲 13.3 商業智慧的選擇與未來趨勢 13.4 雲端顧客關係管理系統實作
14. 顧客關係在行動商務與雲端運算的應用	14.1 行動商務 14.2 雲端運算 14.3 雲端 CRM 系統 14.4 雲端 CRM 的應用 14.5 雲端顧客關係管理系統實作