

班 級	資訊管理系四甲	姓 名	陳虹汝	學 號	H965128
-----	---------	-----	-----	-----	---------

## 顧客關係管理（Customer relationship management）課堂作業

### 一、請針對 CRM 下一個你認為合適的定義？

我認為顧客關係管理（Customer relationship management）非資訊系統，而是指企業和客戶長期的關係，可以透過與顧客的互動關係，來訂定出經營管理策略，藉由此管理方式了解企業營運中最重要的「顧客」。

而企業需要

1. 鞏固目前顧客。
2. 持續開發新顧客。
3. 提升客戶滿意度。
4. 客群的增加成長。
5. 如何增加顧客支出。
6. 預測顧客是否會轉向支持競爭廠商。

我們可以透過 CRM 來溝通了解顧客，並影響顧客消費行為，或從中蒐取資訊、了解顧客對企業所提供的產品與服務表現評測，藉由這些資訊為往後的商品創新或改善服務作業流程，由於顧客是商品、服務的需要者兼採購者，他們也可能是消費者、代理人或供應鏈內的中間人，因此需要透過顧客關係管理來提高顧客忠誠度、增加舊顧客介紹新顧客的比數，並且以顧客為中心，訂定有效的經營管理與營運目標，以建立企業與顧客間永久的關係。

### 二、結合現況如何促進 CRM?

以我先前服務的教育訓練單位為例，針對顧客關係管理也提出兩個方案。

#### 1. 推動高階主管體驗教育訓練提升計畫。

參加資格為企業人數達 200 人以上，並且有教育訓練需求者可經審核參加報名，其計畫內容包含一系列完善並可提升員工素質的課程內容、藉由課程說明教育訓練對員工的重要性、藉此讓高階主管了解講師學經歷、服務人員服務周全，藉由此計畫來提升企業內訓的機會。

#### 2. 客戶問卷填寫。

有效改善顧客評價的方法，是課程、研討會結束後都會提供客戶問卷填寫，欄位部分涵括課程內容、講師、服務人員、教育訓練場地、顧客意見、往後預計研習的課程等…，藉由該問卷有效整理資訊，並且電話回覆顧客提供之意見，來增加互動關係並且讓顧客感受到他的建言受到重視，也由此改進公司內的產品與服務，因為我們瞭解，企業發展穩固必須藉由客戶，隨時貼近市場需求的脈動，這對其營收與利潤將有正面影響。