

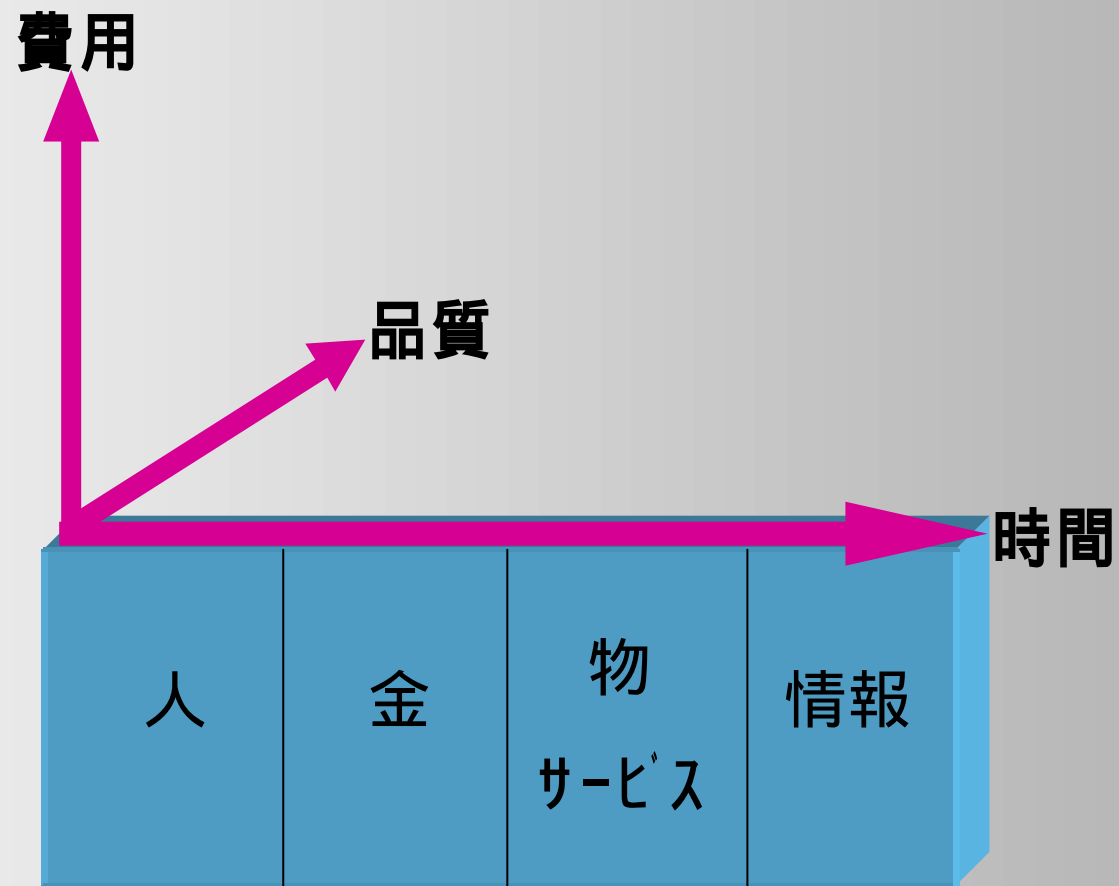
# ----- 顧客指向システム -----

Customer Relationship Management

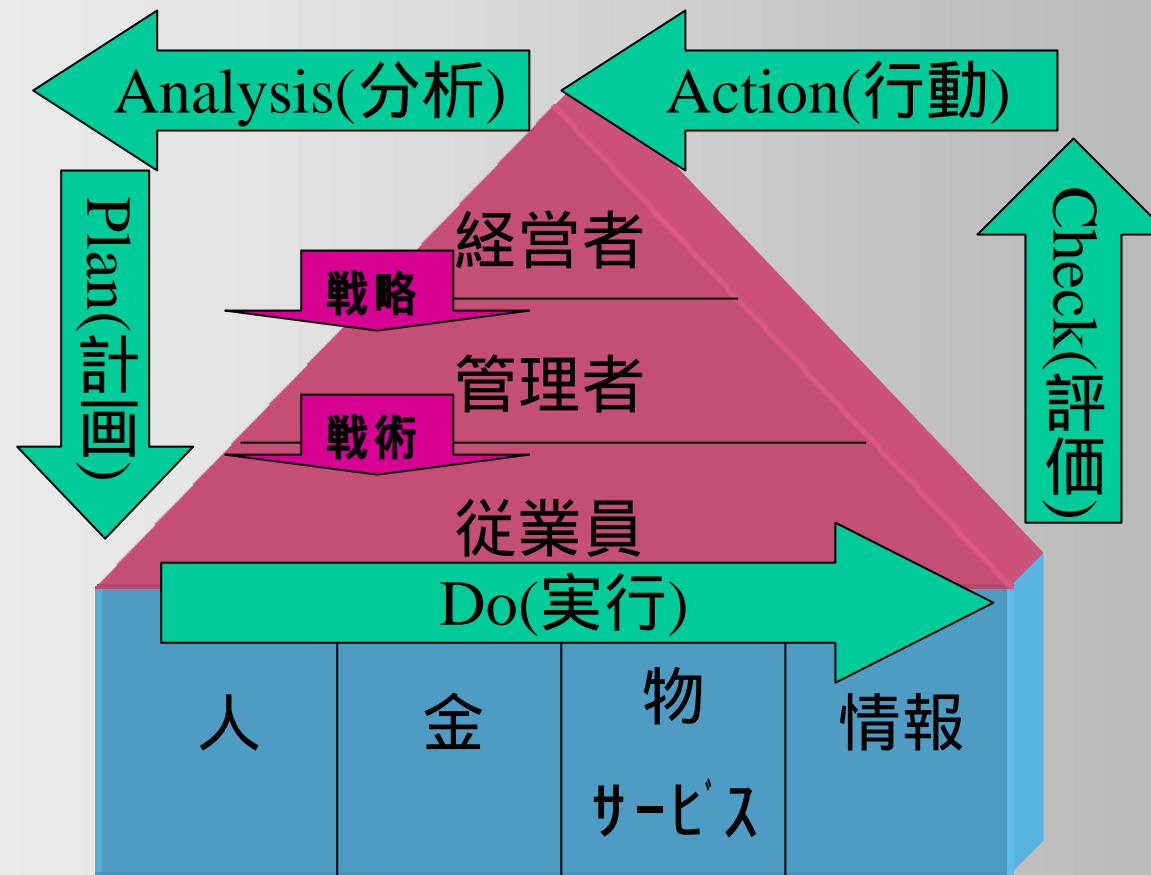
# 企業活動に必要な4つの資源と主要部門の関係



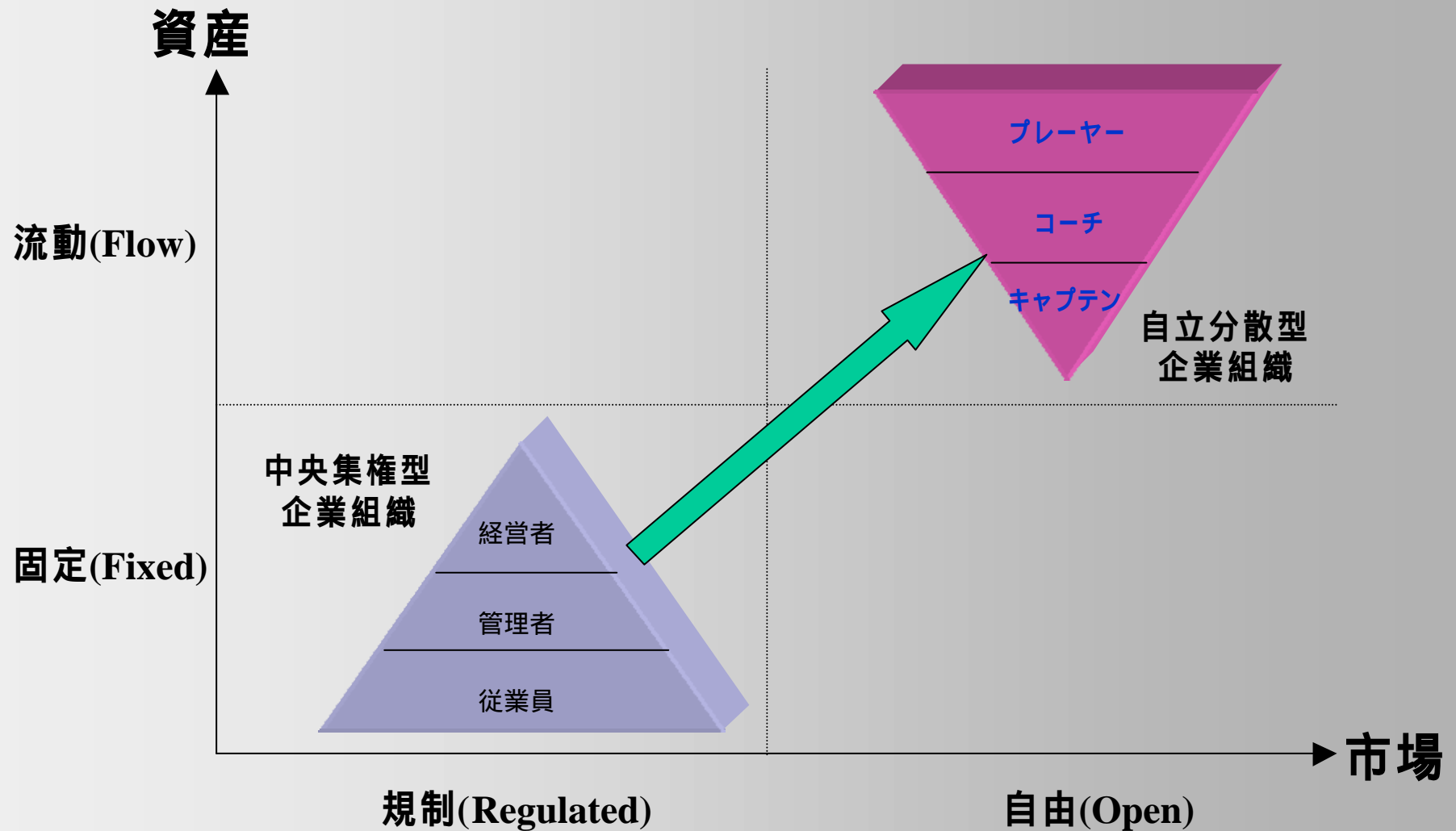
# 経営判断を行うための3つの要素



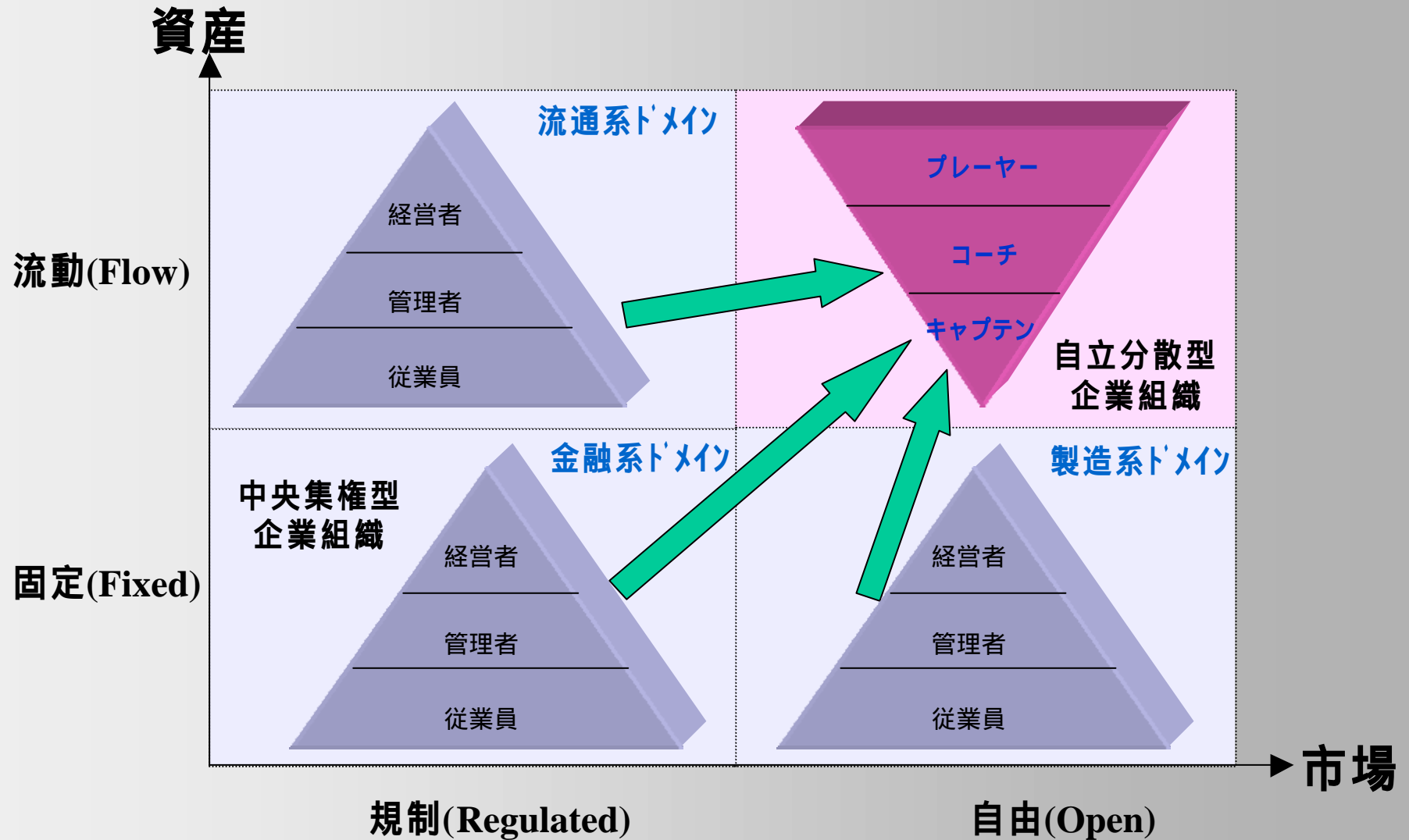
# 経営の3つのレベルと企業活動の関係



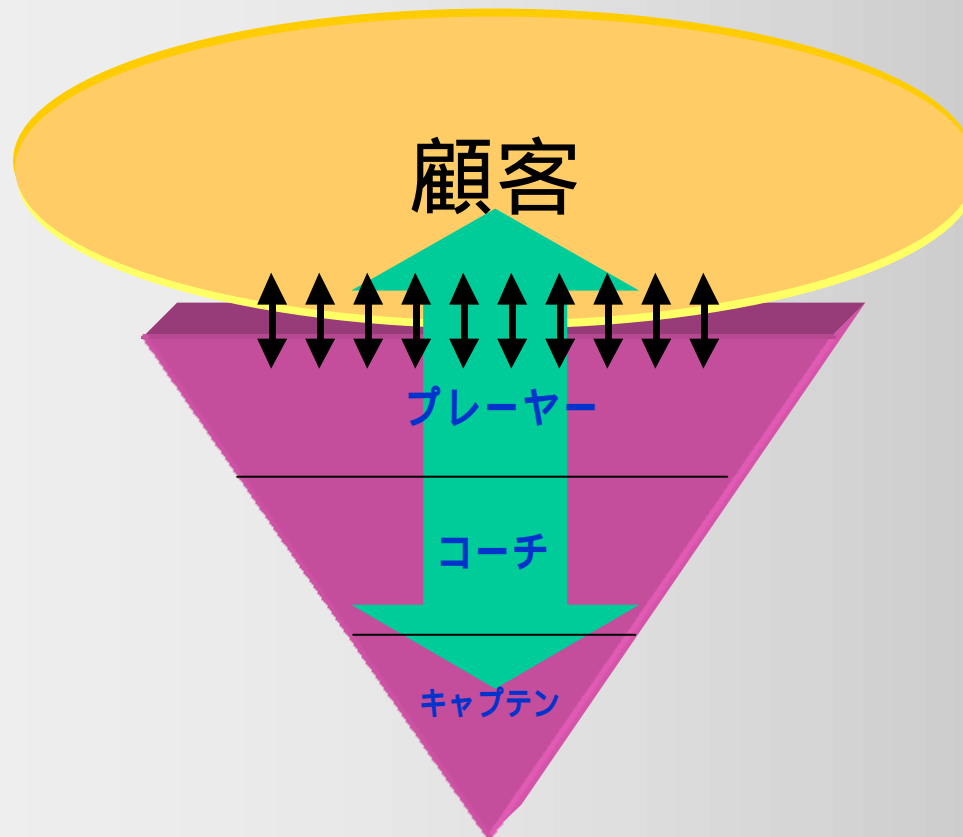
# グローバル時代の新しい企業モデル(1/2)



# グローバル時代の新しい企業モデル(2/2)



# 顧客指向システムについて



## 顧客指向システム

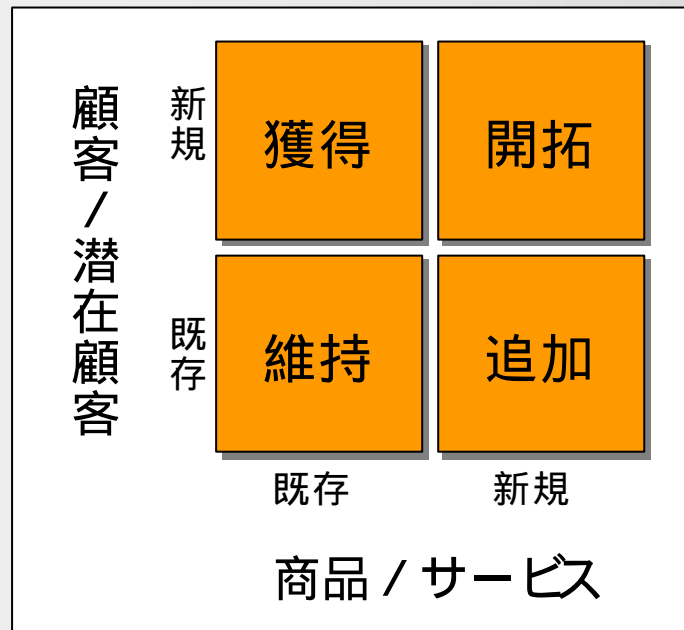
顧客を獲得して、それを維持していくためのビジネスの仕組み（システム）

## 顧客指向システムに必要な要素

- ・ 顧客との関係に対する指針
- ・ 顧客をよく知るための仕組み
- ・ 顧客（グループ）別に対応できる仕組み
- ・ 顧客との関係を評価できる仕組み
- ・ 顧客との関係を改善できる仕組み

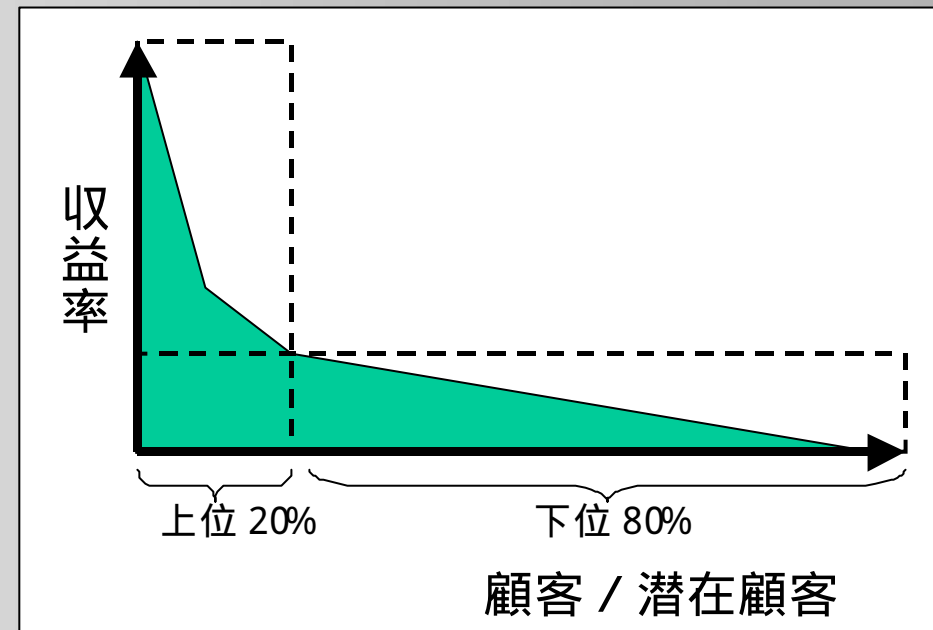
# 顧客指向システムの目的 (ITR社資料より抜粋)

売上げ増大計画



+

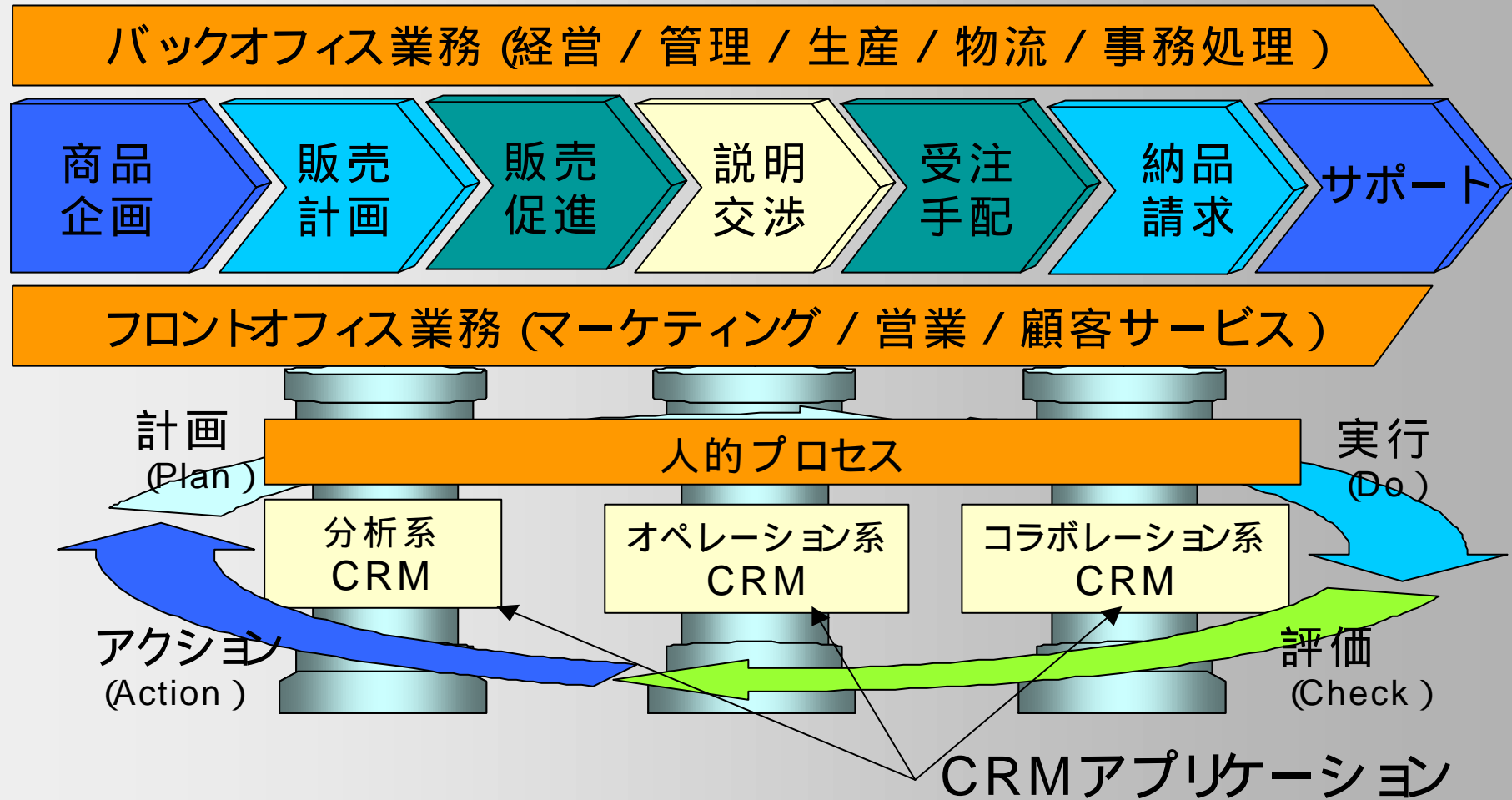
顧客収益性最適化



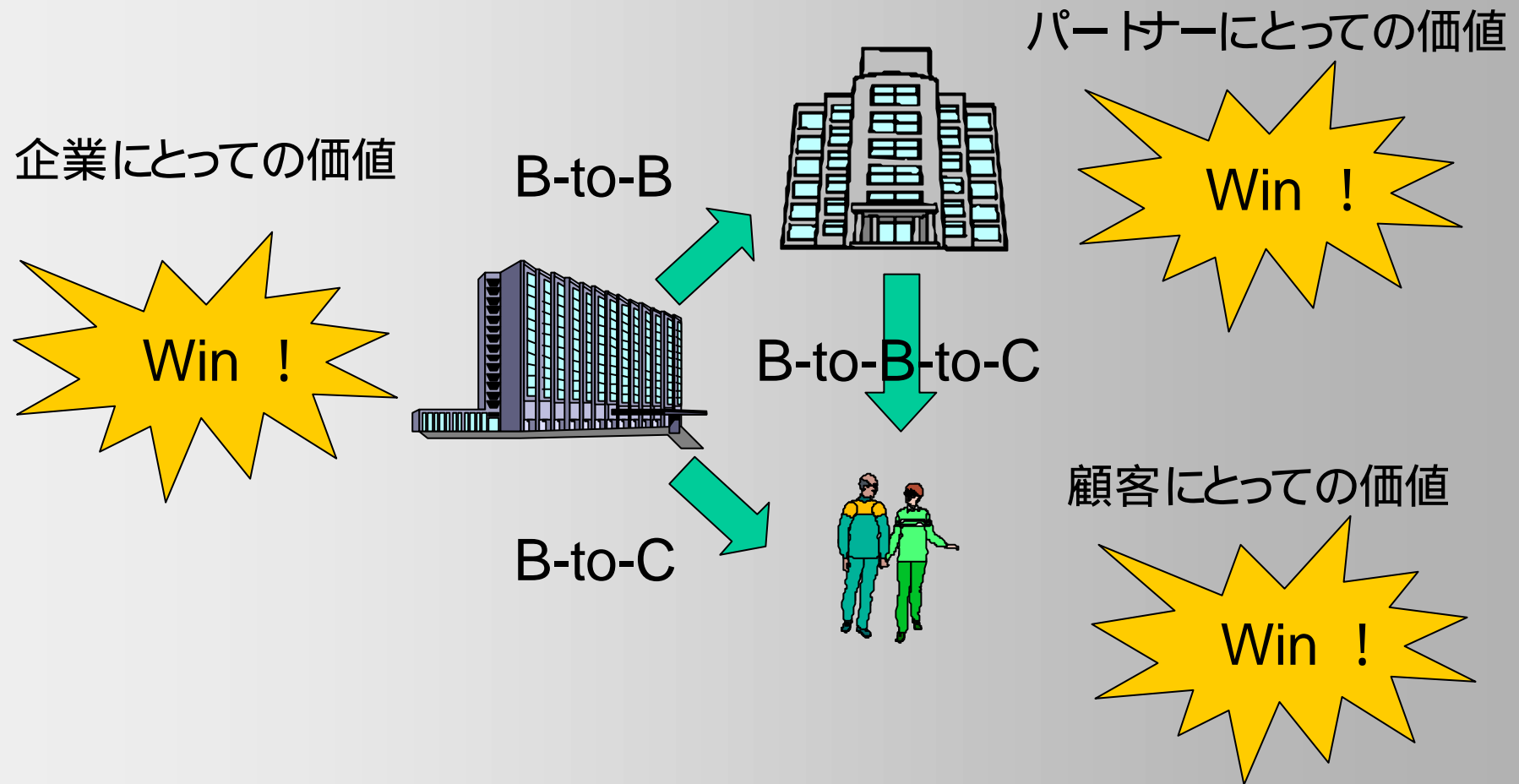
CRMは、売上げと収益性のバランスに関する企業の目標を反映したものでなければならない。



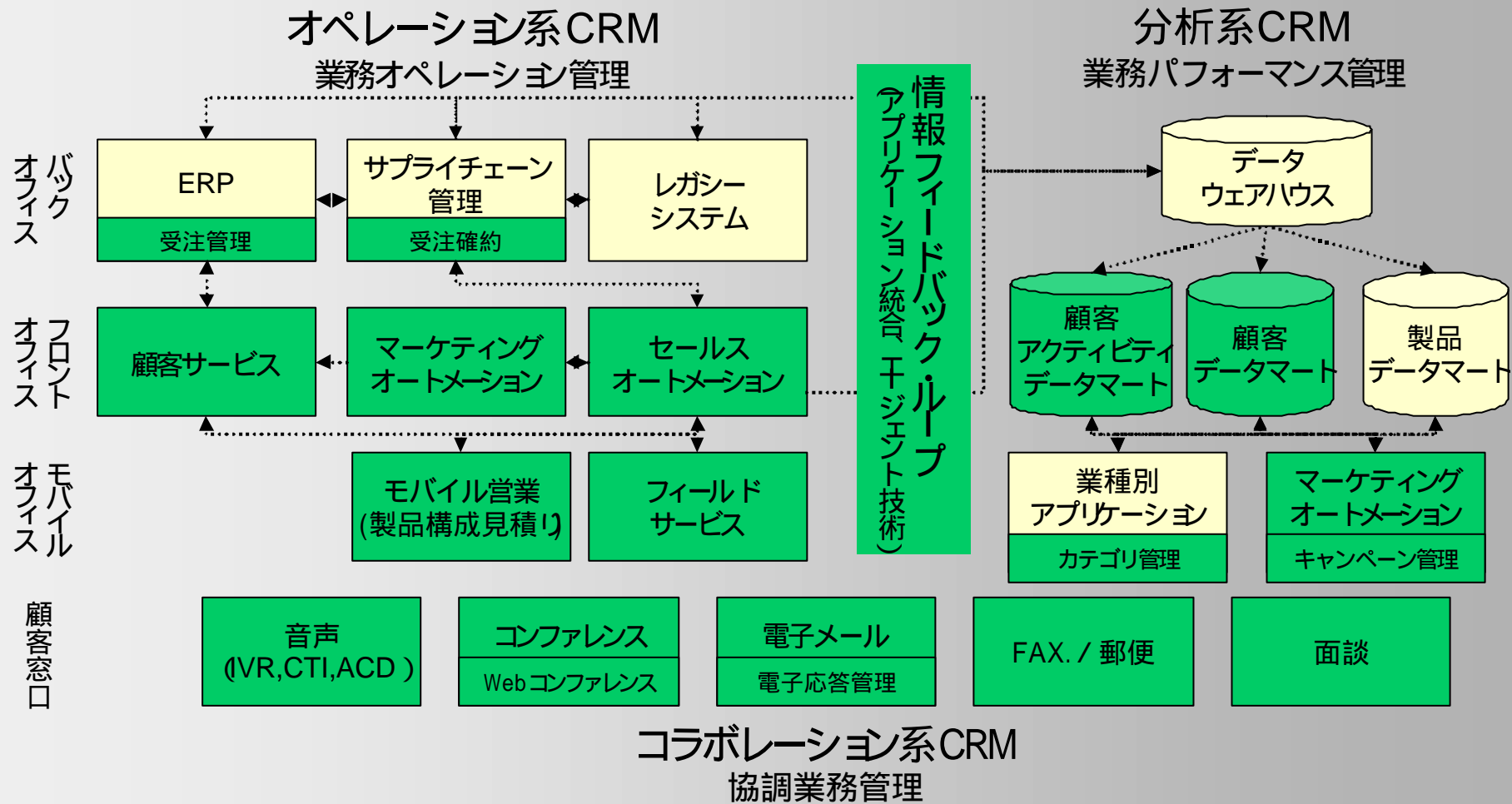
# 顧客指向システムの範囲 (ITR社資料より抜粋)



# CRM(顧客指向システム)の価値 (ITR社資料より抜粋)



# 顧客指向システムのアーキテクチャ (ITR社資料より抜粋)



# 顧客指向システムのまとめ

