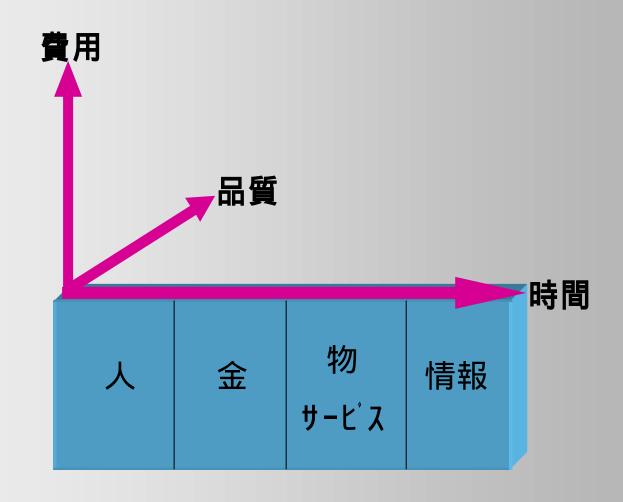
----- 顧客指向システム -----

Customer Relationship Management

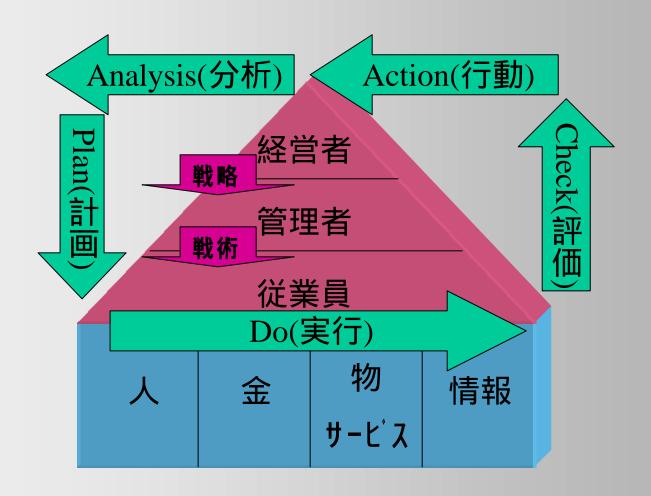
企業活動に必要な4つの資源と主要部門の関係



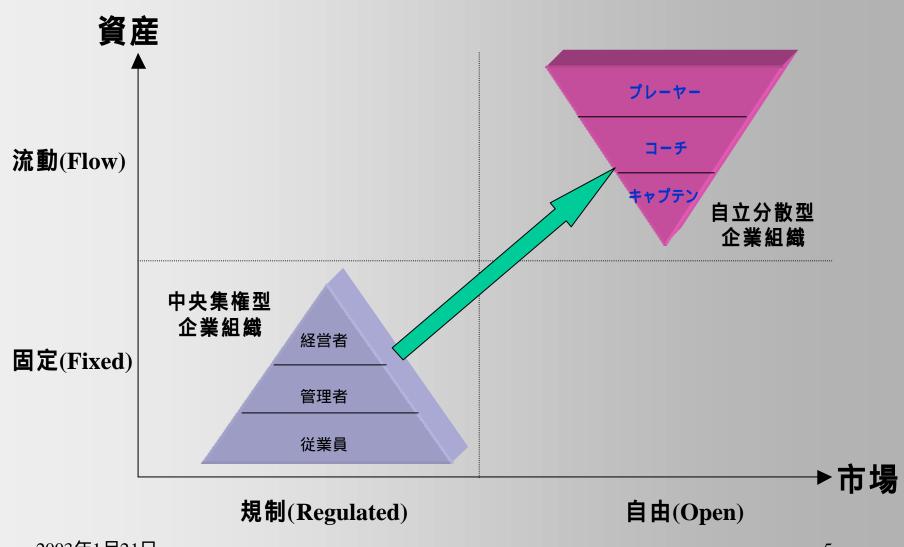
経営判断を行うための3つの要素



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)

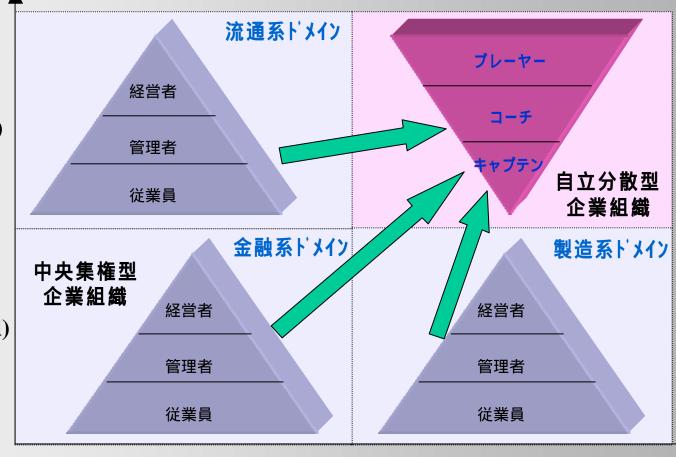


グローバル時代の新しい企業モデル(2/2)



流動(Flow)

固定(Fixed)



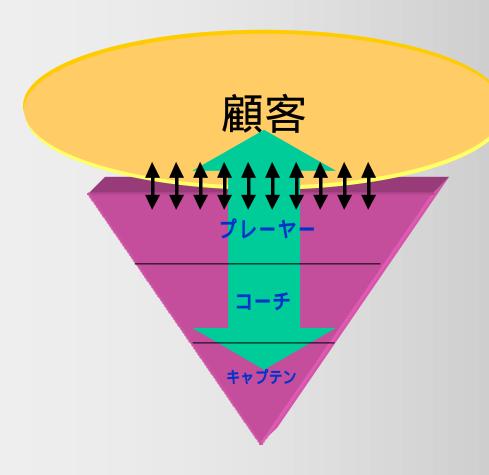
規制(Regulated)

自由(Open)

2003年1月21日

▶市場

顧客指向システムについて



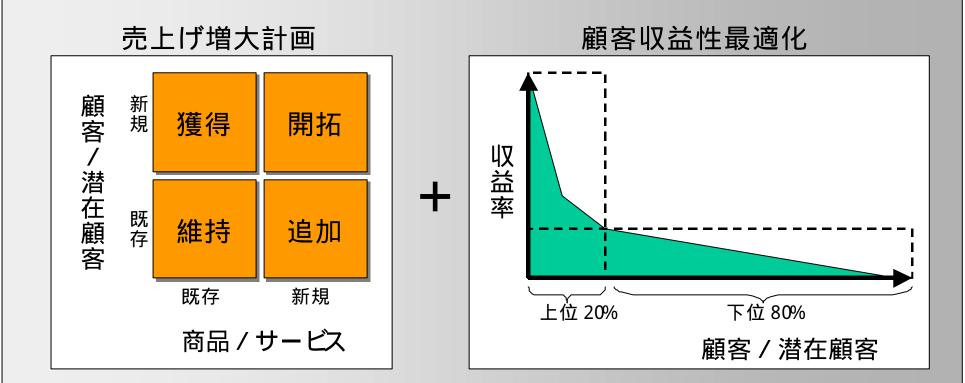
顧客指向システム

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)



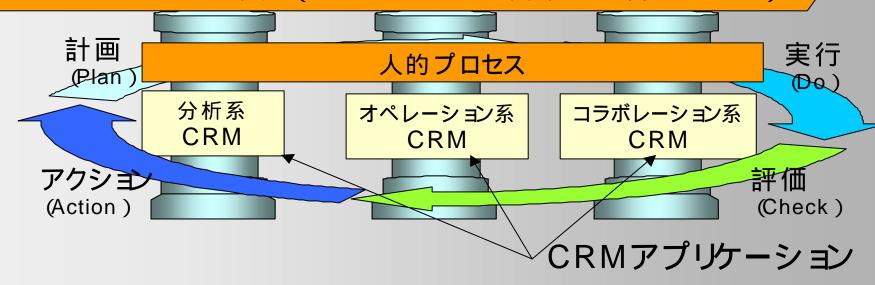
CRMは、売上げと収益性のバランスに関する 企業の目標を反映したものでなければならない。

顧客指向システムの範囲 (ITR社資料より抜粋)

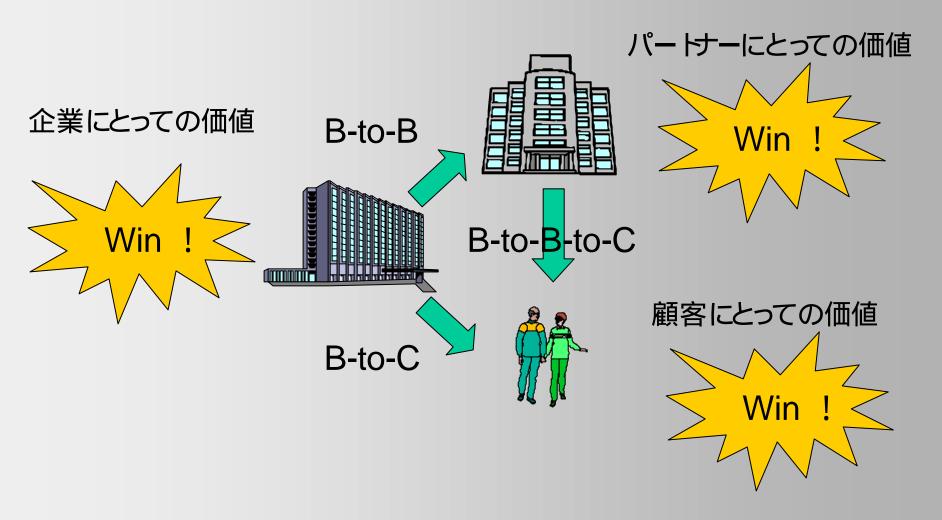
バックオフィス業務(経営/管理/生産/物流/事務処理)

商品 販売 販売 説明 受注 納品 サポート 企画 計画 促進 交渉 手配 請求

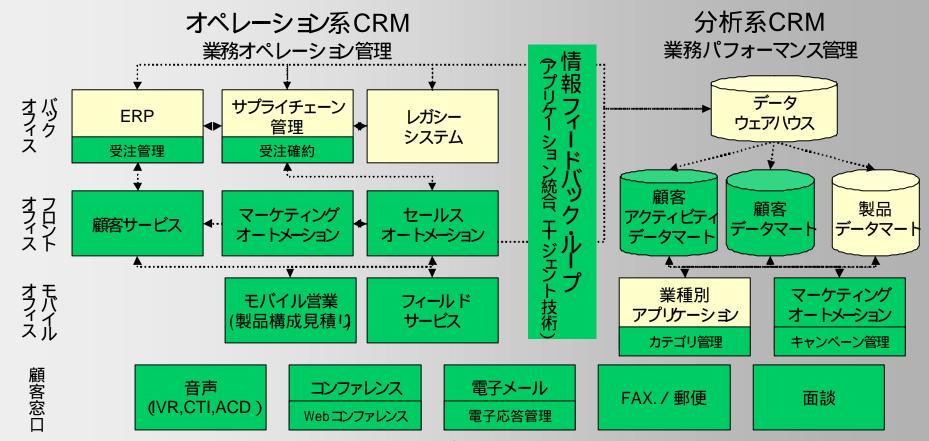
フロントオフィス業務 (マーケティング / 営業 / 顧客サービス)



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)



コラボレーション系 CRM 協調業務管理

顧客指向システムのまとめ

