

Customer Management narzędzie biznesu

Relationship – niezbędne współczesnego

Wstęp

Rozdział 1.

Charakterystyka systemu CRM

1.1. Założenia jakie powinien spełniać system CRM

Rozdział 2.

Proces wdrożenia systemu CRM w przedsiębiorstwie

2.1. Cel wdrożenia CRM

2.2. Warunki udanego wdrożenia CRM

2.3. Koszty wdrożenia CRM w firmie

2.4. System CRM w cloud computing

2.5. Korzyści wynikające z zastosowania systemu klasy CRM

Rozdział 3.

System CRM w praktyce

3.1. Wdrożenia systemów CRM w Polsce

Zakończenie

Bibliografia

Spis tabel

Spis rysunków

