

Wspomaganie zarządzania relacjami z klientem przy wykorzystaniu systemów

Wstęp

Rozdział 1

Systemy klasy CRM

1.1. Koncepcja systemów CRM

1.2. Architektura systemów CRM

1.3 Korzyści z wdrożenia systemu CRM

1.4 Wdrożenia i perspektywy rozwoju systemów CRM w Polsce

Rozdział 2

Systemy business intelligence

2.1. Analiza danych dotyczących klientów

2.1.1. Hurtownia danych

2.1.2. Systemy pytające – raportujące

2.1.3. OLAP

2.2. Idea i założenia eksploracji danych

Rozdział 3

Rynek narzędzi business intelligence

Zakończenie

Bibliografia

Spis rysunków

Spis tabel

Spis wykresów

Opis zawartości pracy:

Całość pracy podzielona została na trzy rozdziały.

Rozdział pierwszy poświęcony jest systemom zarządzania relacjami z klientem. W pierwszej części omówione zostały podstawowe założenia systemów klasy CRM oraz ich architektura. Następnie wskazane zostały najważniejsze korzyści z wdrożenia systemów do zarządzania relacjami z klientem oraz stopień ich wykorzystania przez polskie przedsiębiorstwa.

W rozdziale drugim rozpatrzone zostały zagadnienia związane z analizą danych dotyczących klientów. Opisane zostały systemy wspomagania decyzji Business Intelligence, które obejmują hurtownie danych, systemy pytające – raportujące, narzędzia OLAP oraz coraz bardziej popularne i jednocześnie najbardziej złożone techniki data mining. W ramach ostatnich dwóch części rozdziału opisane zostały założenia i zadania wykonywane przez eksplorację danych oraz stosowane w ramach niej algorytmy.

W rozdziale trzecim przedstawiony został stan wykorzystania systemów Business Intelligence na polskim rynku, wskazując przy tym kierunki przyszłego ich rozwoju.