

# Zastosowanie systemów zarządzania relacjami z klientami w handlu elektronicznym.

**Wstęp..... 5**

## **Rozdział I.**

Charakterystyka systemów wspomagających zarządzanie relacjami z klientami

- 1.1. Pojęcie i definicje systemu CRM .....7
- 1.2. Historia powstania systemów CRM ..... 9
- 1.3. Filozofia systemów CRM..... 11
- 1.4. Strategia koncentracji na kliencie .....12
- 1.5. Wymagania rynku i oczekiwania klienta .....13
- 1.6. Główne zasady bezpieczeństwa obiegu informacji w systemach CRM .....16
- 1.7. Architektura systemów CRM .....17
- 1.8. Podstawowe funkcje systemów CRM .....20
- 1.9. Call Center .....25

## **Rozdział II.**

### **Handel elektroniczny**

- 2.1. Rola Internetu w firmie ..... 26
- 2.2. Marketing przez Internet ..... 27
  - 2.2.1. Firmowy serwis www .....31
  - 2.2.2. Kampanie reklamowe via e-mail .....35
- 2.3. Handel elektroniczny .....38
  - 2.3.1. Problemy w handlowej cyberprzestrzeni..... 40
  - 2.3.2. Zalety i wady handlu elektronicznego..... 41

2.4. Cechy wirtualnego sklepu .....	50
-------------------------------------	----

### **Rozdział III.**

#### **Modelowanie zachowań konsumenckich w Internecie**

3.1. Segmentacja i profilowanie klienta .....	55
3.1.1. Segmentacja klienta .....	56
3.1.2. Tworzenie profilu klienta .....	57
3.2. Metody analizy danych w sieci .....	58
3.3. e-CRM .....	61
3.4. Zbieranie danych w sieci .....	62
3.5. Przetwarzanie danych sieciowych .....	64
3.5.1. Odkrywanie zasad związku .....	65
3.5.2. Odkrywanie sekwencji czasu i kolejności wzorców .....	67
3.5.3. Klasyfikacja danych w sieci.....	67
3.5.4. Grupowanie danych w sieci.....	68
3.6. Przykład modelowania zachowań konsumenckich .....	69

### **Rozdział IV.**

#### **Wybór oprogramowania oraz wdrożenie systemu CRM**

4.1. Wybór oprogramowania .....	76
4.2. Wdrożenie systemu CRM .....	77
4.2.1. Cel wdrożenia systemu CRM .....	80
4.2.2. Czas wdrożenia systemu CRM .....	81
4.2.3. Rola i wymagania stawiane użytkownikom systemu CRM .....	82
4.3. Korzyści, szanse i zagrożenia spowodowane wdrożeniem systemu CRM.....	85
4.4. CRM a inne systemy .....	90
4.5. Porównanie najpopularniejszych w Polsce systemów CRM .....	91

<b>Zakończenie .....</b>	<b>95</b>
--------------------------	-----------

<b>Literatura .....</b>	<b>98</b>
-------------------------	-----------

<b>Spis tabel .....</b>	<b>103</b>
-------------------------	------------

**Spis rysunków .....104**