

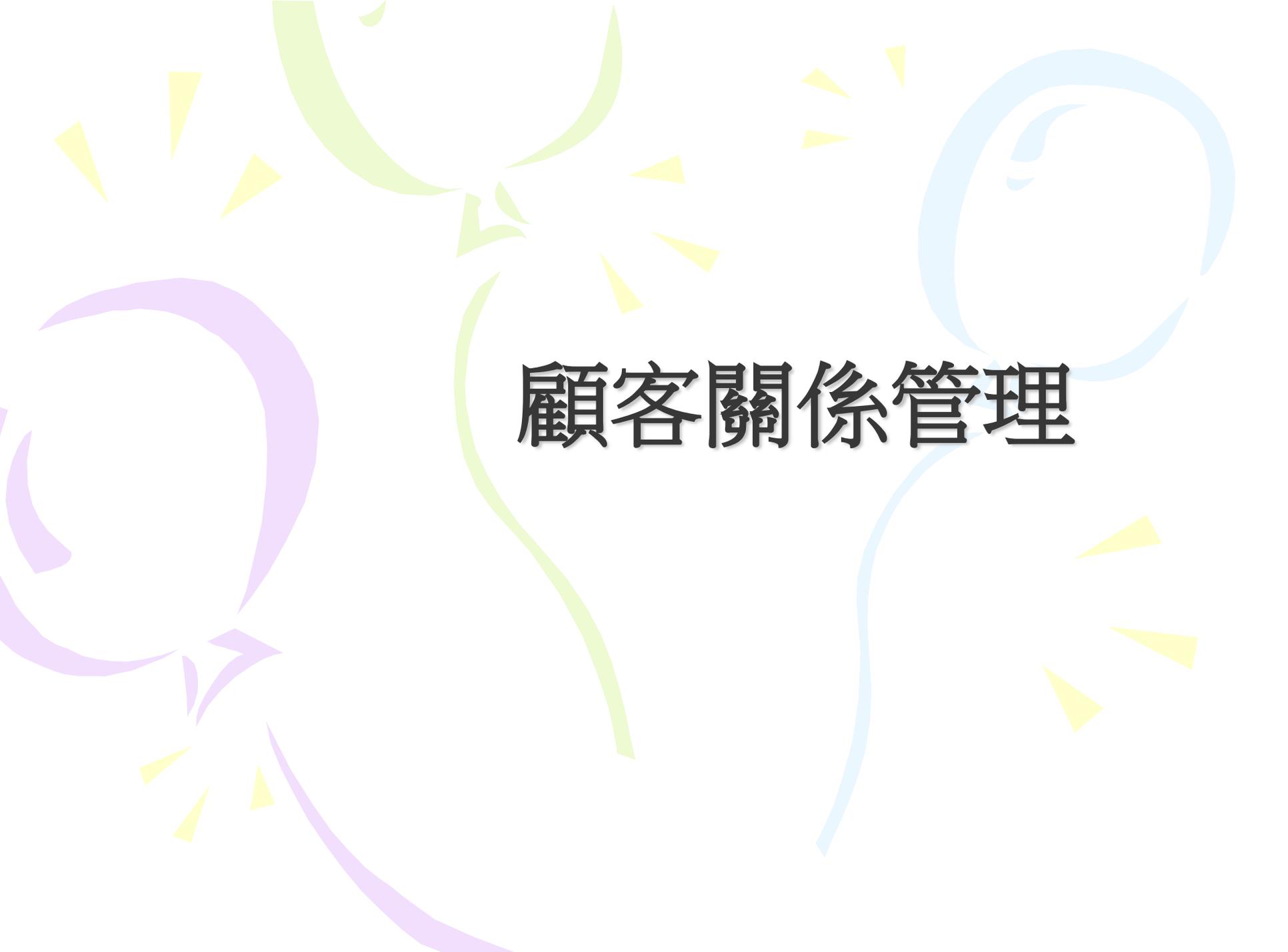


背景資料

- 天水圍Band 2 中學
- 分組上課
- 以協作學習模式分組

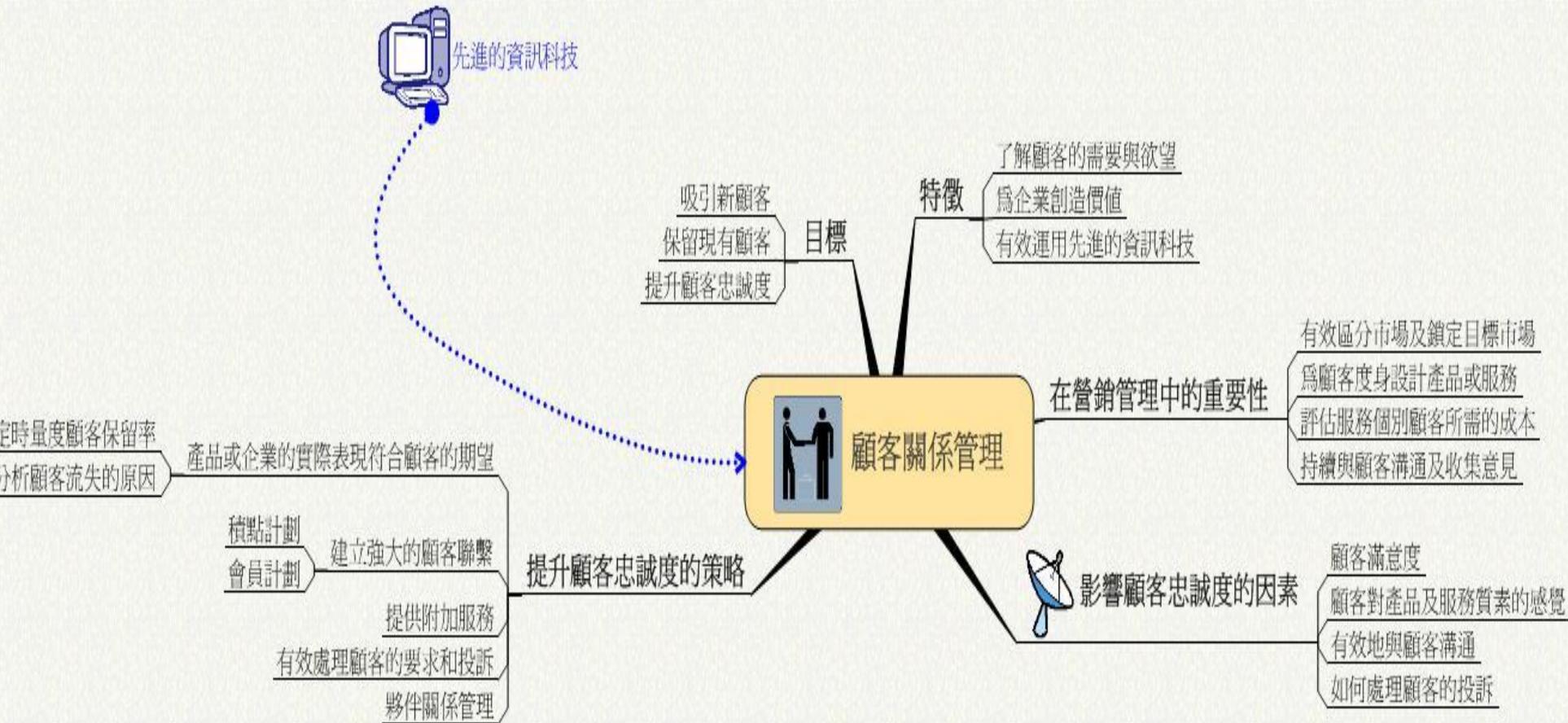
策略

- 概念圖
- 影片 / 剪報 / 電視節目
- 教授內容(影片內容可協助學生了解)
- 小組討論 及 匯報
- 閱讀有關文章作總結
- 其他

The background features a white canvas with several large, flowing, abstract shapes in light green, light blue, and light purple. Interspersed among these swirls are numerous small, yellow, starburst-like shapes, some pointing towards the center and others towards the edges, creating a dynamic and celebratory feel.

顧客關係管理

概念圖



概念圖



先進的資訊科技



目標⁺

特徵⁺



顧客關係管理

在營銷管理中的重要性⁺

提升顧客忠誠度的策略⁺



影響顧客忠誠度的因素⁺

影片

- 新招賞客戶

小組討論 及 匯報

- 小組討論
- 引用書本個案

個案
速遞

聯邦快遞

聯邦快遞是提供運輸、電子商貿及商業服務的公司。他們於 2001 年推行以電腦為本的顧客關係管理系統。這個系統大大幫助企業提升其顧客服務質素。

縮短處理訂單的時間

這個系統令聯邦快遞的員工清楚知道重要客戶的運送記錄，當顧客向聯邦快遞發出運送指示，聯邦快遞的員工可透過系統取得顧客的詳細資料和運送記錄，包括過往運送的目的地、運送貨物類型和貨物尺碼。因此，員工可更有效地處理顧客的訂單，並因應顧客的個別需要推介服務。

提供更佳的服務套餐給常客

這個系統能夠顯示客戶使用傳遞服務的頻率。員工掌握這類資料時，便可以判斷有關顧客是否常客，以便向他們推介較經濟的長期運送服務套餐（即每次速遞收費較低）。

方便客戶隨時跟進運送情況

電腦為本的顧客關係管理系統讓客人可隨時在貨物運送期間及運抵之後，跟進貨品的下落。顧客可以透過互聯網或客戶服務熱線使用這項服務。

總括而言，該系統有助聯邦快遞改善其服務水平及與顧客的溝通。因此，該公司在全球享負盛名。



圖 7.1 FedEx Ship Manager 讓顧客在網上追蹤貨物的運送狀況

討論問題

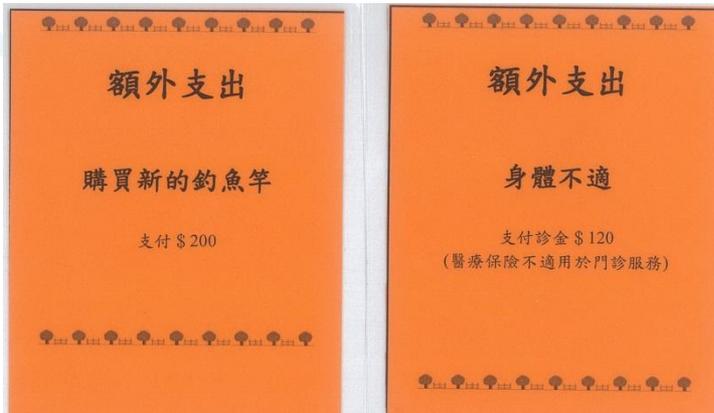
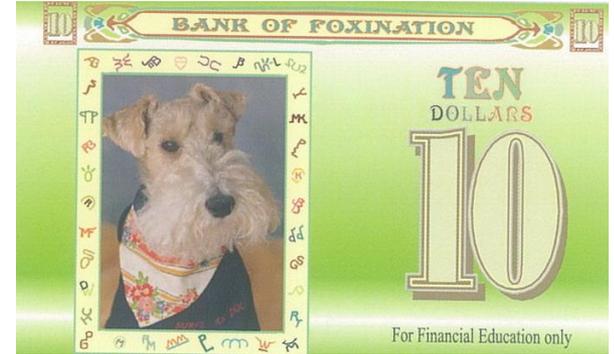
- 1 試解釋電腦為本的顧客關係管理系統怎樣幫助聯邦快遞提供更佳服務。
- 2 聯邦快遞怎樣從電腦為本的顧客關係管理系統中獲益呢？
- 3 如果一間公司能向你提供個人化的產品及服務，你會為此感到滿意而提升對該企業的忠誠度嗎？試加以解釋。

總結 - 案例

- 閱讀 福特汽車案例 作總結

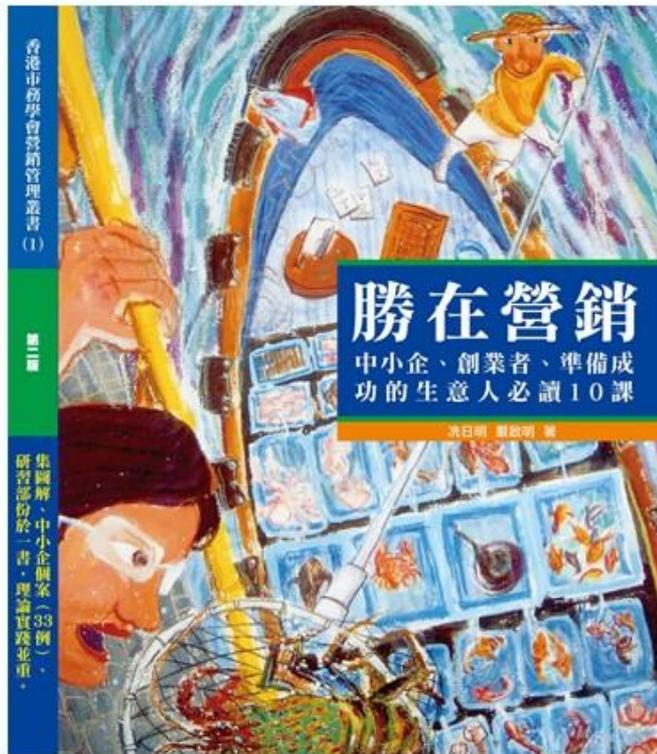
其他

- 積分獎勵
- 用途：計平時分換購禮物
玩遊戲



其他 - 市場營銷學

 勝在營銷



作者: [洗日明](#)、[嚴啟明](#)

出版:

**Mc
Graw
Hill
Education**

麥格羅·希爾

出版日期: 2008/07/19

頁數: 233

ISBN-10: 9861574700

ISBN-13: 9789861574707

書城編號: 138008

 Share

原價: HK\$128.00

95折

現售: **HK\$121.6** 節省: **HK\$6.4**

其他 - 市場營銷學



✦ 成爲會員

✦ 忘記密碼

✦ 教城搜尋器

✦ 活動總覽

✦ 學校地圖

教學資源庫

市場營銷 - 勝在營銷

資源

<input type="checkbox"/>	選擇下載	全部下載
▶ <input type="checkbox"/>  (第九集)分銷渠道		
▶ <input type="checkbox"/>  (第十集)服務提供		
▶ <input type="checkbox"/>  (第八集)市場推廣		
▶ <input type="checkbox"/>  (第五集)營銷策略		
▶ <input type="checkbox"/>  (第七集)定價		
▶ <input type="checkbox"/>  (第三集)市場研究		
▶ <input type="checkbox"/>  (第六集)顧客心，海底針？		
▶ <input type="checkbox"/>  (第四集)消費者的靈與慾-消費者行爲		
▶ <input type="checkbox"/>  (第二集)從變動的營銷環境中洞察商機		
▶ <input type="checkbox"/>  (第一集)市場營銷基本法		

其他 — 報章資料

得獎HR策略 助減1成人才流失

撰文:程安怡

欄名:Career

經濟漸見復甦，不少企業開始新一輪的招聘及培訓計劃。代理及生產包括LEE牛仔褲、The North Face、Nautica、Kipling等品牌的國際成衣製造及零售生產商VF Corporation，其亞太區總部學習及發展經理盧仲文（小圖）認為，留才應由招聘着手。獲HRM Awards頒發「最佳人力資源經理」的他，去年共安排及策劃逾180個課程，他認為，人力資源部的角色是各部門的商業夥伴，若光是提供「員工紀錄」服務，根本不足以應付企業需要。

以07年底為例，VF希望員工流失率降低5%，調查結果發現，招聘程序是留才關鍵之一：「由招聘廣告到面試官的提問，都左右到能否吸引相關人才。」他認為企業可趁機重整人力資源管理的大方向，讓人力資源部專才跳出框框，成為企管文化大使，並利用不斷優化的留才政策，建立公司內部人才庫。

工作坊教主管招聘技巧