

科技进步理论与管理

弹性客户的识别与选择策略

乔阳,陈静宇

重庆大学经济与工商管理学院,重庆大学经济与工商管理学院 重庆400044,重庆400044

收稿日期 修回日期 网络版发布日期 接受日期

摘要 科学地解决好对弹性客户的管理是客户关系管理(CRM)的重要内容。弹性客户的价值形态分为经济价值和战略价值两类,根据价值形态识别出了5种弹性客户。这5种弹性客户对不同的企业来说意义是不一样的。根据企业的实力、目标和性质选择出重点的弹性客户。

关键词 [弹性客户](#) [客户关系管理](#) [识别](#) [选择](#)

分类号

DOI:

对应的英文版文章: [2005-12-026](#)

通讯作者:

乔阳

作者个人主页: [乔阳;陈静宇](#)

扩展功能

本文信息

- ▶ [Supporting info](#)
- ▶ [\[PDF全文\]\(178KB\)](#)
- ▶ [\[HTML\]\(0KB\)](#)
- ▶ [参考文献\[PDF\]](#)
- ▶ [参考文献](#)

服务与反馈

- ▶ [把本文推荐给朋友](#)
- ▶ [加入我的书架](#)
- ▶ [加入引用管理器](#)
- ▶ [引用本文](#)
- ▶ [Email Alert](#)
- ▶ [文章反馈](#)
- ▶ [浏览反馈信息](#)

相关信息

- ▶ [本刊中 包含“弹性客户”的 相关文章](#)
- ▶ 本文作者相关文章
 - [乔阳](#)
 - [陈静宇](#)

