

# التسويق المعرفي

المبني على إدارة علاقات ومعرفة الزبون التسويقية



Dar\_konoz@yahoo.com

الدكتور  
درمان سليمان صادق

## فهرست الكتاب

7..... تقديم

### الفصل الأول: التسويق بالعلاقات

- المبحث الأول: نشأة التسويق بالعلاقات وتطوره..... 13
- المبحث الثاني: مفهوم وتعريف التسويق بالعلاقات ومستوياته..... 21
- المبحث الثالث: أهمية التسويق بالعلاقات وأهدافه..... 31
- المبحث الرابع: خصائص التسويق بالعلاقات وأبعاده..... 37
- المبحث الخامس: افتراضات ومرتكزات التسويق بالعلاقات..... 41
- المبحث السادس: العناصر الأساسية للتسويق بالعلاقات ومكوناته ونماذجه..... 45
- المبحث السابع: متطلبات تطبيق التسويق بالعلاقات وعمله..... 65
- المبحث الثامن: نظام التسويق بالعلاقات وبرامجه وخطواته..... 71
- المبحث التاسع: العلاقة بين التسويق بالعلاقات وإدارة الأسواق والزبائن..... 77

### الفصل الثاني

#### إدارة علاقات الزبون

- المبحث الأول: إدارة علاقات الزبائن (المفهوم-المبادئ والافتراضيات-المكونات)..... 109
- المبحث الثاني: أهمية ومزايا وأهداف وأبعاد وخصائص وأدوات إدارة علاقات الزبائن..... 133
- المبحث الثالث: مهام أو وظائف نظام CRM المستندة إلى التقنيات..... 149

المبحث الرابع: تنظيم مكونات إطار العمل لنموذج إدارة علاقات الزبائن من وجهة نظر العمليات التسويقية.....	161
المبحث الخامس: متغيرات إدارة علاقات الزبائن.....	179
المبحث السادس: خطوات ومعوقات تنفيذ إدارة علاقات الزبون وتحدياتها.....	209

### الفصل الثالث

#### إدارة معرفة الزبون

المبحث الأول: إدارة معرفة الزبون (CKM) أسس ومفاهيم أولية وتحدياتها المستقبلية.....	233
المبحث الثاني: أبعاد إدارة معرفة الزبون.....	261
المبحث الثالث: العلاقة بين إدارة المعرفة وإدارة علاقة الزبائن وإدارة معرفة الزبائن.....	273

### الفصل الرابع

#### المعرفة التسويقية والتسويق المبني على المعرفة

المبحث الأول: المعرفة التسويقية.....	297
المبحث الثاني: التسويق المبني على المعرفة: أسس ومفاهيم أولية.....	315
المبحث الثالث: العمليات التسويقية المبنية على المعرفة.....	329