Диссертация\_ **Разработка и внедрение CRM-системы в сфере образования: клиентоориентированный подход**

**Стр\_73**

[ВВЕДЕНИЕ](#_Toc103536638)

[1 Теоретико-методологические аспекты применения клиентоориентированного подхода в системе образования](#_Toc103536639)

[1.1 Сущность и основные концепции клиентоориентированного подхода](#_Toc103536640)

[1.2 Методология оценки клиентоориентированного подхода в отношении с клиентами организации](#_Toc103536641)

[1.3 Специфика управления взаимоотношениями с клиентами в сфере образования](#_Toc103536642)

[2 Анализ клиентоориентированного подхода в управлении отношениями с клиентами в ТОО](#_Toc103536643)

[2.1 Общая характеристика системы управления взаимоотношениями с клиентами в организации ТОО](#_Toc103536644)

[2.2 Оценка маркетингового продвижения клиентов и взаимоотношений с ними в образовательной организации](#_Toc103536645)

[2.3 Оценка эффективности используемой CRM-системы](#_Toc103536646)

[3 Разработка и внедрение CRM-системы в деятельность образовательной организации](#_Toc103536647)

[3.1 Рекомендации по выбору CRM-системы для ТОО](#_Toc103536648)

[3.2 Мероприятия по внедрению и адаптации CRM-системы в образовательной организации ТОО](#_Toc103536649)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ](#_Toc103536650)

[СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ](#_Toc103536651)

# **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Клиентоориентированный подход представляет собой подход или модель управления организацией, в которой клиент ставится в центр всей деятельности организации, начиная от стратегии и заканчивая конкретными бизнес-процессами и методами организации работы ее звеньев.

Клиентоориентированный подход в управлении взаимоотношениями с клиентами позволяет не только мониторить клиентов и рынок, но поддерживать и развивать отношения с наиболее ценными и значимыми клиентами, избавляться от клиентов, представляющих для организации проблему и обновлять клиентскую базу новыми перспективными клиентами. Таким образом, с позиции клиентоориентированного подхода клиенты рассматриваются в качестве основного ресурса организации, обеспечивающего ее рентабельность и конкурентоспособность.

# **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Ламбен Ж.-Ж., Чумпитас Р., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок, 2-е изд. - СПб.: Питер, 2014. - 718 с.
2. Корнеева О.С. Клиентоориентированный подход как основа эффективного управления взаимоотношениями с клиентами// Проблемы экономики и менеджмента. – 2012. – № 11. – С. 39–41.
3. Большаков А.С. Современный менеджмент: теория и практика, 2-е изд., испр. и доп.- СПб: Питер, 2012. - 412 с.
4. Рожков А.Г. Формирование и развитие отношений клиентоориентированной компании. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – М.: ВШЭ, 2012. - 181 с.
5. Лучков В. И. Что такое клиентоориентированность // Бизнес-журнал – 2016 - №5 – С. 15-17.