

## فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	بخش اول : تأثیر استخراج داده‌ها بر CRM
	فصل اول : روابط مشتری
۲	مقدمه
۵	استخراج داده‌ها چیست
۶	یک نمونه
۸	ارتباط با فرآیند تجاری
۱۱	استخراج داده‌ها و مدیریت روابط مشتری
۱۲	استخراج داده‌ها چگونه به بازاریابی بانک اطلاعاتی کمک می‌نماید
۱۳	امتیاز دهی
۱۳	نقش نرم‌افزار مدیریت مبارزه
۱۴	افزایش ارزش مشتری
۱۵	ترکیب استخراج داده‌ها و مدیریت مبارزه
۱۵	ارزیابی مزایای یک مدل استخراج داده‌ها
	فصل دوم: استخراج داده‌ها و ذخیره داده‌ها- یک منظره مرتبط به هم
۱۷	مقدمه
۱۸	استخراج داده‌ها و ذخیره داده‌ها ، یک ارتباط
۲۱	بررسی ذخیره داده‌ها

۲۱ ..... ROI ذخیره داده‌ها

۲۳ ..... ذخایر داده‌های علمی و اطلاعاتی

۳۰ ..... تعریف و خصوصیات یک مخزن اطلاعاتی

۳۴ ..... معماری انبار داده‌ها

۳۸ ..... استخراج داده‌ها

۳۸ ..... استخراج داده‌های تعریف شده

۴۰ ..... قملروهای کاربرد استخراج داده‌ها

۴۱ ..... مقوله‌های استخراج داده‌ها و کانون تحقیق

### فصل سوم: مدیریت رابطه با مشتری

۴۸ ..... مقدمه

۴۹ ..... سودمندترین مشتری

۵۰ ..... مدیریت رابطه مشتری

۵۳ ..... بانک اطلاعاتی متمرکز بر مشتری

۵۴ ..... اداره مبارزات

۵۶ ..... تکامل تدریجی بازاریابی

۵۷ ..... بازاریابی حلقه بسته

۵۷ ..... معماری CRM

۵۸ ..... نسل بعدی CRM

۶۰ ..... بخش دوم: بنیاد - تکنولوژیها و ابزار

### فصل چهارم: اجزاء ذخیره سازی داده‌ها

۶۱ ..... مقدمه

معماری کلی ..... ۶۲

بانک اطلاعاتی انبار داده ها ..... ۶۳

ابزارهای ذخیره سازی، تحصیل، تهذیب و انتقال ..... ۶۴

متادیتا ..... ۶۵

ابزار دسترسی ..... ۷۰

دسترسی و تجسم اطلاعات ..... ۷۱

اصول مشاهده یا تجسم داده ها ..... ۷۲

ابزار بررسی و گزارش ..... ۷۶

کاربردها ..... ۷۷

ابزار OLAP ..... ۷۷

ابزارها استخراج داده ها ..... ۷۸