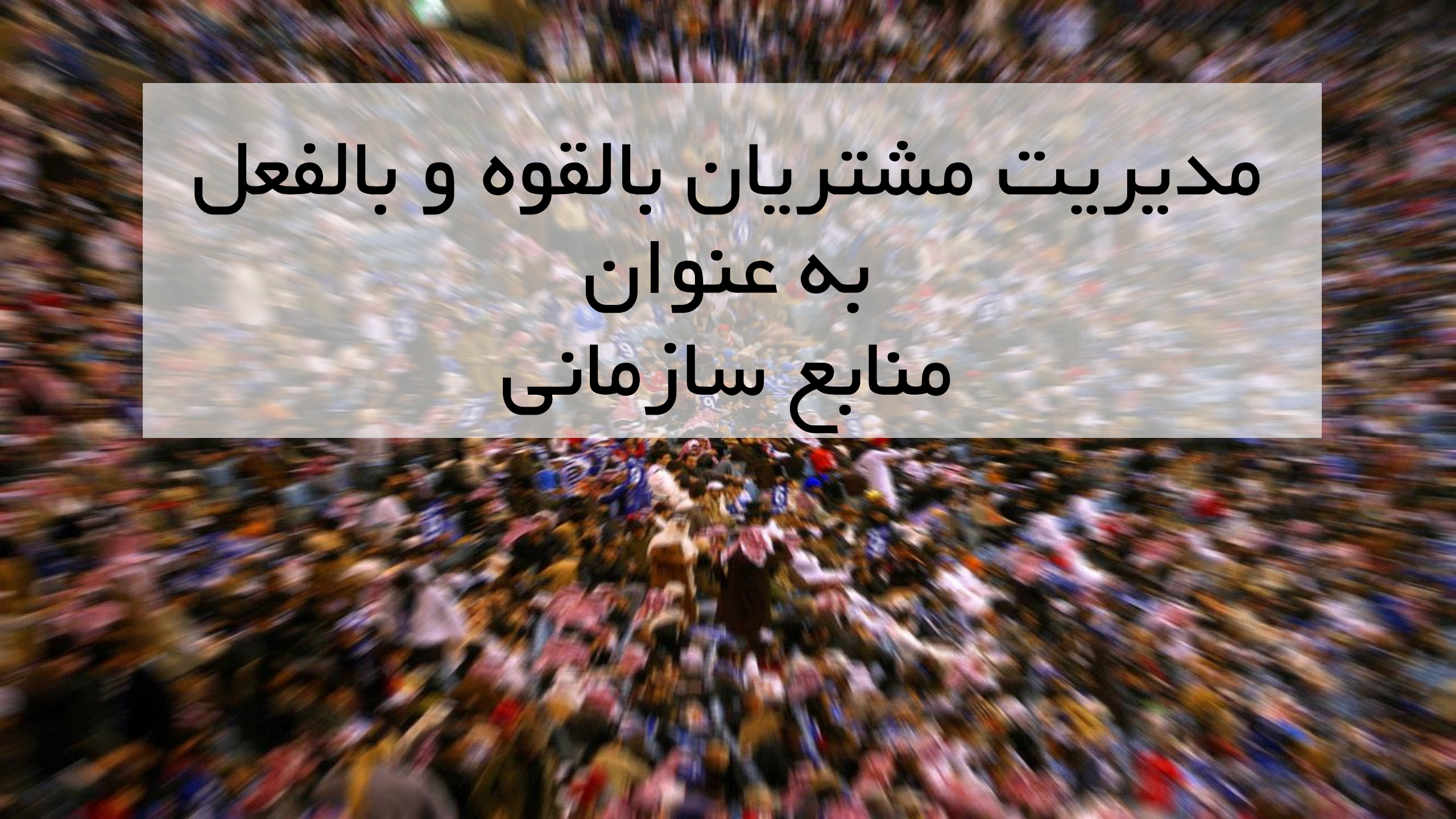
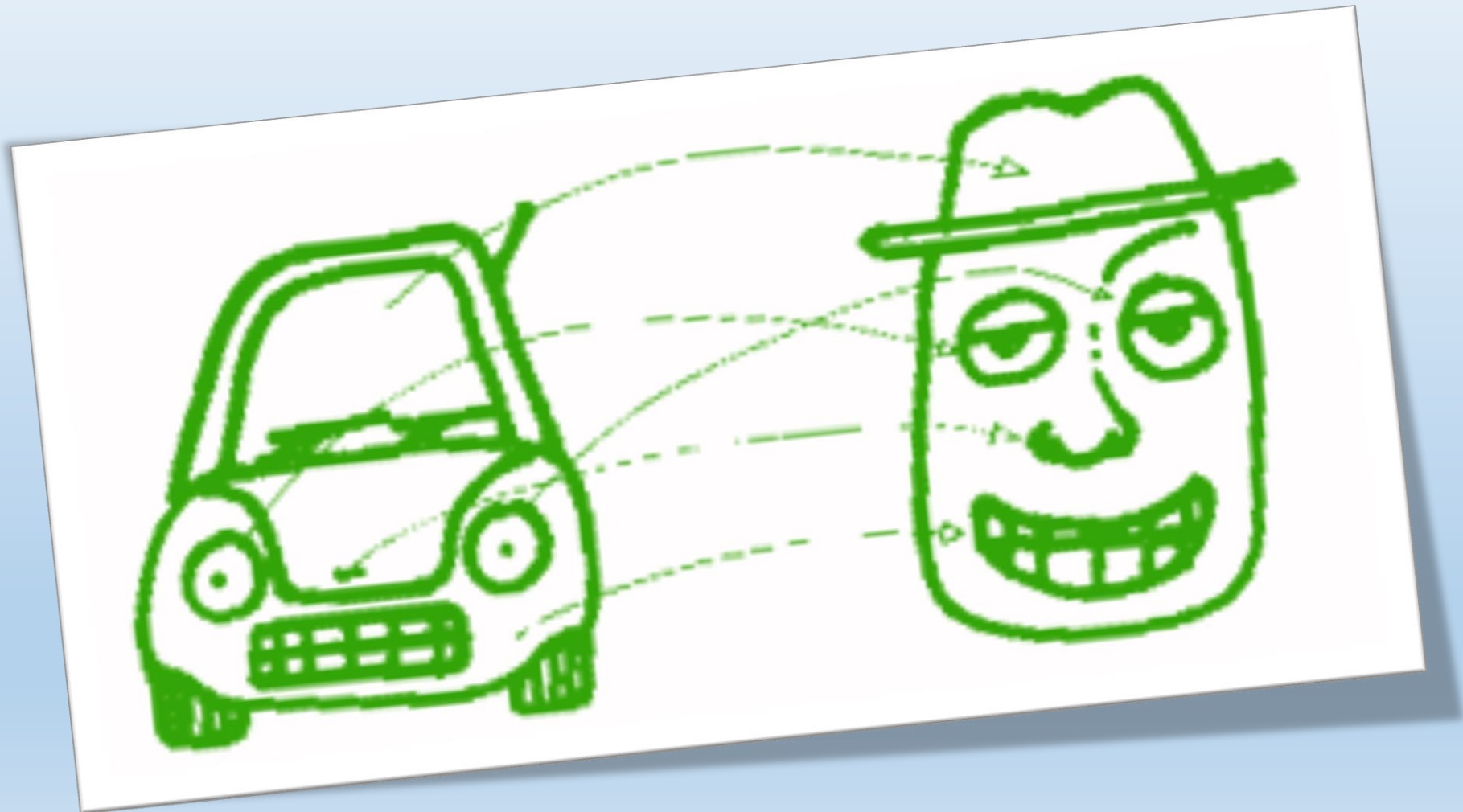




مدیریت مشتریان بالقوه و بالفعل به عنوان منابع سازمانی



آنالوژی





RESOURCE

منبع

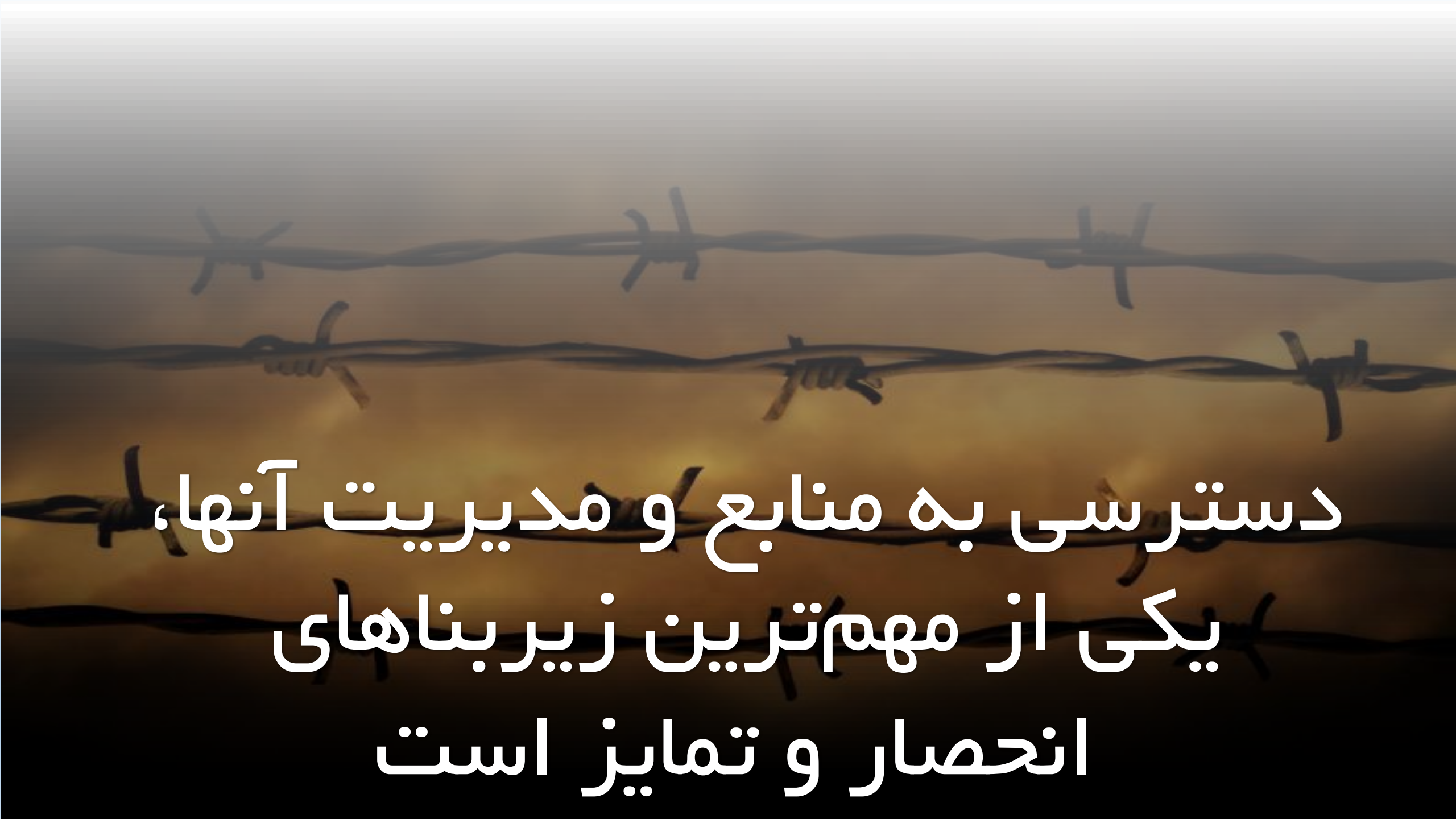


منابع مالی
منابع انسانی
دانش
مواد اولیه
دارایی‌ها...

**Resource, is a source or supply by which
Benefit is produced**

منبع...

- محدود است / مصرف می‌شود.
- ممکن است تجدیدپذیر یا تجدیدناپذیر باشد.
- قابل فراوری است.
- همیشه می‌توان برایش قیمت تمام شده محاسبه کرد.
- می‌تواند با بهره‌وری کم یا زیاد مورد استفاده قرار بگیرد.
- می‌تواند ممکن است در اثر استفاده نادرست مستهلک شود.
- می‌تواند در اثر استفاده درست، زایش و بازتولید داشته باشد.
- در صورت کم بودن استراتژی را تهاجمی و در صورت زیاد بودن استراتژی را منفعل می‌کند.
- زمان به کارگیری بهینه دارد.
- می‌تواند مورد آلودگی یا سرایت قرار بگیرد.



دسترسی به منابع و مدیریت آنها،
یکی از مهم‌ترین زیربناهای
انحصار و تمایز است

دامهای مدیریت مشتریان

از منظر مشتری به عنوان منبع



دامهای مدیریت مشتریان

از منظر مشتری به عنوان منبع



تلاش برای استفاده هر چه سریع‌تر از مشتریان بالقوه

دامهای مدیریت مشتریان

از منظر مشتری به عنوان منبع



عدم توجه به مفهوم آلودگی

دامهای مدیریت مشتریان

از منظر مشتری به عنوان منبع



استراتژی‌های منفعل در مواجهه با توده‌ی مشتریان بالقوه

دامهای مدیریت مشتریان

از منظر مشتری به عنوان منبع



فراموش کردن تفاوت هزینه تامین منابع در بازارهای مختلف

دامهای مدیریت مشتریان

از منظر مشتری به عنوان منبع



مدیریت نامناسب در تخصیص بهینه مشتریان

دامهای مدیریت مشتریان

از منظر مشتری به عنوان منبع



عدم برنامه‌ریزی برای پرورش و فرآوری منابع