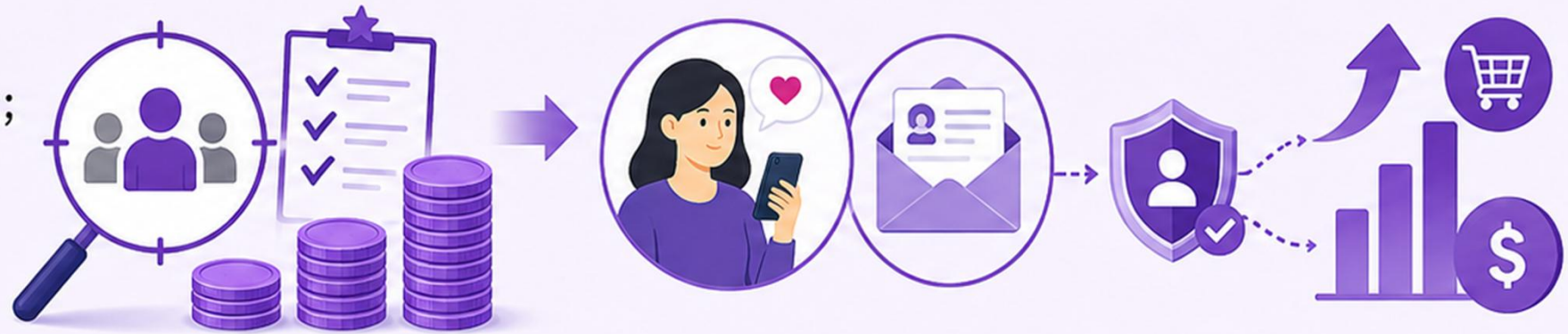
顧客關係管理（CRM）

指企業以**資料與流程**，
系統性經營顧客互動，
涵蓋招攬、成交、售後與再購，
目的在累積**長期關係資本**。

顧客終身價值（CLV）

則把一位顧客在**整段關係期間**
可貢獻的**淨利折現加總**，
用以衡量其**長期獲利潛力**。

CLV提供衡量尺規，
指引資源優先投放於**高價值顧客**；
CRM提供操作手段，
藉**個人化溝通與留存方案**
提升**回購率與貢獻**。