

企业客户跟进系统平台搭建

产品名称	企业客户跟进系统平台搭建
公司名称	互联科技公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广州市越秀区水荫路117号星光映景16层L2319号 (集群注册)
联系电话	15322098617 15322098617

产品详情

企业客户跟进系统小程序开发，企业客户跟进系统公众号开发，WEI-1688-DU，企业客户跟进系统平台搭建，企业客户跟进APP系统搭建

随着互联网的迅速普及和应用，企业必须要重视crm客户跟进系统的营销策略，将营销的重点转移到客户的开发和维护上来。纵观crm客户跟进系统的产生和发展历程，可以发现crm客户跟进系统在营销方面具有以下特点。

1.CRM是营销观念指导下的营销创新

营销观念认为，实现企业目标的关键在于正确确定目标市场的需求和欲望，并且比竞争对手更有效、更有利地传送目标市场所期望满足的东西。其出发点是企业目标客户的需求和欲望，经营目标是通过客户的满意来获得利润。从本质上讲，营销观念是一种客户的需求和欲望的导向。由于市场竞争的加剧，消费者需求的变化加快，企业的产品是适应消费者需求的，明天也许就难以适应变化了的消费需求，这就要求企业不断地进行创新，不但在产品上进行创新，还必须在市场开发、营销组织、营销手段（如分销渠道、促销方式、定价策略等方面）上进行创新。CRM的产生就是企业在营销组织和营销手段上的创新。从本质上讲，CRM是营销观念指导下的营销创新。

2.“以客户为中心”是CRM营销的核心

互联网的广泛应用和信息爆炸改变了消费者传统的购买行为，客户由以往购买信息的被动接受者变为主动积极的信息搜寻者。现代高科技赋予消费者前所未有的权利，他们定着信息的价值。同时，消费者行为的个性化、多元化以及客户身份的国际化，也促使必须随时随地将市场营销的重点转移至客户的开发和维系上来。可以说，没有同客户的信息交流与互动，就没有企业的存在，客户满意度已成为企业所关

注的主要问题。从CRM的实过程中可以发现，CRM是以客户为中心，注重对客户满意度的研究。

3.数据库应用是CRM营销的关键

CRM是判断、选择、争取、发展和保持客户所需要实施的全部商业过程。CRM不仅是呼叫中心或网站，其实施还需要数据库的支持。企业要构建CRM系统，必须做好销售和服务的一些基础管理信息系统。我们以慧营销CRM为例，在慧营销CRM中可以对基本资料进行有效的管理，其中包括客户的基本信息（客户资料、相关联系人、线索、商机信息等）；销售人员信息管理，管理人员可以在在企业管理后台可以为销售人员设置修改权限，销售人员也可利用慧营销CRM为自己设定日程，写工作日志等；商品信息管理，主要有商品基本信息、商品销量统计、分类销量统计分析等；还有基本的销售和服务流程的管理和优化。

4.CRM营销具有集成化特征

企业有许多与客户沟通的方法，如面对面的接触、电话、呼叫中心、电子邮件、互联网、通过合作伙伴进行的间接联系等。CRM应用有必要为上述多渠道的客户沟通提供一致的数据和客户信息，集成多种客户沟通渠道。

CRM的集成还体现在CRM与ERP的事例上。企业实施CRM的目标之一就是实现“前端办公自动化”，需要重组业务流程和融合内部应用软件，实现互联网功能与企业内部网功能的交互。其中需要变化的通常是订单管理模块、供应链模块、财务管理模块和客户服务模块。

重整有两种实现方式，一种是从“前端办公软件”开始，向“后端”推进，即首先建立销售人员可以迅速学习和掌握的机会管理、订单输入和服务要求输入的界面，然后将收集到的数据向后台ERP传送，或者实现这两个数据库的同步更新；另一种方式是从“后端”的企业资源数据库（ERP）向“前端”推进，保持ERP的服务器/客户基本架构，而且“客户端”可以采用以浏览器为主的“瘦客户端”。也就是说，后台数据库可以直接接受网络上传入的数据，用户从浏览器上输入用户名和密码后，立刻就可以查询、更新后端数据库里的信息。