crm 客户管理系统

产品名称	crm 客户管理系统
公司名称	成都云积木软件有限公司
价格	100.00/套
规格参数	品牌:企管宝 型号:3.0
公司地址	成都经济技术开发区科技产业孵化园B2栋6层03D号
联系电话	400-668-3935 15611347784

产品详情

crm 客户管理系统

20世纪90年代以来crm 客户管理系统开始在企业界流行起来，crm 客户管理系统已成为企业界的聚焦，有其重要的战略意义和深层次的含义。在中国加入WTO之后，环境发生了很大的变化，企业如何定位自己已成为一个不可回避的问题，战略问题愈发重要。从战略意义上理解crm 客户管理系统，有助于企业crm 客户管理系统的深层次理解。

一、企业的目的决定了企业应以客户为中心

40年前，管理大师彼得?德鲁克在其著作《管理实践》一书中就提出“ 企业的目的就是造就顾客 ”。企业生存的基础在于:找到某种营运模式，提供给顾客来满足他们的需求，从而也要使自身获得一定的利润，以确保企业在未来不断变动着的环境中能继续满足顾客的需求，能够长期地生存和发展。人类每时每刻都会产 生各种各样的需求，同时个体与个体之间的需求存在差异，并且他们的需求还在不断地变化着。过去的街边小店，商人和客户的关系更多地建立在一种私人关系的基础上，接触方式通常是面对而的。员工与客户的交往既是私人的又是职业化的，业务和客户的生活融合在一起。他们与客户的自然共存没有丝毫的隔膜。再加上，经营者常常经营一家小规模的商店，所有的财务和经营情况都能装在他们的脑子里。在这样的状态下，决策者掌握了正确的信息，一个有能力的商人就有可能以这种客户关系为中心，在现有的条件下，更好地作出风险和利润的抉择，不断创新出好的营运模式来满足客户的需求，整理提供从而真正提高客户满意度，产生忠诚效应， 达到商家与客户的“ 双赢 ”。而现在处于如此复杂、如此规模的社会重负之下，企业如果希望重温过去街边小店与顾客间曾经拥有的忠诚和亲密关系，需要具备比现在的企业更为广泛和深远的信息能力。因此，20世纪90年代以来，企业界掀起了CRM的潮流—借助先进的信息技术和管理思想，通过对企业业务流程和资源的共享，为客户提供更经济、快捷、周到的产品和服务，改进客户价值、满意度、盈利能力以及客户的忠诚度，从而保持和获得竞争优势，留住和吸引更多的客户，最终实现企业利润的最大化。可见，企业的目的决定了crm

客户管理系统在企业战略上的重要意义。

二、企业战略应从客户关系着眼

英国著名学者杰森和舒勒1999年对战略最权威的定义:战略是通过有效地组合企业内部资源，在变化的环境中确定企业的发展方向和经营范围，从而获取 竞争优势，满足市场的需求和企业拥有人的需求。“ 发展方向 ”是研究企业想去哪儿的问题，“ 经营范围 ”是研究企业要做什么的问题，而“ 动态的环境 ”是指环境富于变化。企业的“ 发展方向 ”，广义上讲，就是通过满足顾客的需求来生存和发展。这是由企业的目的决定的，因为没有顾客就没有企业。而企业的内部资源有 限，它只能提供有限的产品和服务来满足顾客的需求，因此企业必须从顾客需求出发，从自身的优势和劣势出发，界定出合理的“ 经营范围 ”，获取竞争优势，从而更好的满足顾客，留往顾客。“ 动态的环境 ”对企业而言意味着两个方面的变化。一方面，顾客需求的变化，会引起企业对当前经营范围的改变或调整。顾客原来有的需求现在没有了，企业要改变经营范围;顾客对原有需求的满足有了新的要求，企业要调整经营范围。另一方面，外部环境(政治、经济、社会文化、技术)的变化，引起满足顾客需求的营运模式发生变化，这给企业带来机会也带来威胁。政治、经济、社会文化或技术的变化，可能使原来不被满足的顾客需求(即德鲁克称之 为“ 理论上的需求 ”)，现在通过企业家创造出新的营运模式成为了“ 实际需求，。同样，政治、经济、社会文化或技术的变化，也会破坏企业用来满足顾客需求的 原有营运模式一一或者是原有的营运模式不复存在(因为它再也不能在满足顾客的同时又使自身得以生存)，或者是原有的营运模式在满足顾客需求方面竞争力减弱。可见，外部环境的变化，会给企业带来机会和威胁，而每时每刻都处于诡诵多变环境中的企业要识别这些机会和威胁，把握机会，规避威胁，最根本的一点就是从企业的目的出发—即从“ 造就顾客 ”出发，在提高自身生产力的基础上，不断的调整和创新营运模式，保持竞争优势，真正留住顾客，从而生存发展。这是个循环
往复的过程。分析至此，我们就可以回答为什么那么多商界精英和领先公司对crm 客户管理系
统趋之若鹜了。因为“ 顾客就是企业 ”。是顾客决定着企业是什 么，企业生产什么，企业是否会兴旺。而企业正是希望与客户建立起亲密的关系，为战略决策找准出发点，才对crm 客户管理系统
百般亲睐的。一句话就是:客户关系管 理具有战略意义。战略与战术不同，战略是“ 作一件正确的事 ”，战术是“ 把一件事做正确 ”。“ 做一件正确的事 ”是企业取得成功的必要基础。因此，客户关系管
理的战略意义就可以理解为:crm 客户管理系统通过与客户建立亲密的关系，获得企业决策所需的正确信息，从而使企业做出正确的决策，去做正确的事，并努力将正确 的事做好。可见，crm 客户管理系统
的战略意义就是为企业决策提供有效的信息。

三、crm 客户管理系统的秘密:信息大师

从深层次上说，客户大师就是信息大师。通常，人们将注意力更多的聚焦在市场、销售和服务这些功能上，而不是集中在这些功能赖以依存的更困难、更具挑 战性的深层次信息能力上。我们通常所说的客户能力，诸如市场、销售、服务等，其本身不是能力而是一种策略，是整个系统信息能力的一个组成部分，而正是通过 crm 客户管理系统
建立起来的系统信息能力真正支撑了整个企业。在这样一个被好莱坞商业模式以及不断飞速发展的技术所驱使的商业世界中，整个商界迫不及待地希望
能一举解决客户忠诚度降低和利润缩水的问题。于是企业向技术寻求帮助，期望技术能够创造支持crm 客户管理系统所需的信息能力，认为技术是信息能力的原始决定性 因素。实际上，在crm 客户管理系统
基础上建立起来的信息能力在本质上首先是非技术的，对决定信息能力的七要素(人员技能、程序、组织结构、文化、领导艺术、技 术和信息本身)需要均衡的投入。

有研究显示，企业凭经验将其82%资金投入到技术上，以求取信息应用能力，而技术实际上仅占一个企业信息能力的10%o企业在被卷人市场、销售和服务领域新发现狂潮的时候，他们之所以继续支持以技术能力为主的信息时，仅仅是因为他们耍对现有售息进行战术性分析并在特定活动中加以应用。但以技术为基础的信息能力不足之处在于它是建立在一种缺乏分辨能力的商业观点之上。企业如果希望重温过去街边小店与顾客间曾经拥有的忠诚和亲密关系，需要具备的是一种比现在的企业更为广泛和深远的信息能力—这种信息能力应该是能够真正融人企业的每一次呼吸之中，为客户和股东共同创造价值的。唯有这种系统信息能力，才具有企业战略的意义。而目前大多数企业在信息能力取得进步的同时，却没有形

成赋予客户个体理解及财务真实性的概念。与此相反，信息仅仅作为一种储存和管理信息的方式，被他们用来向人炫耀，而并没有成为他们创造赢利性价值的工具。绝大多数企业在信息能力上的投资是不均衡的，结果，他们在市场上只能以短期利润和战略来展开竞争，而对长期利润则无力顾及。只有少数企业开始逐步趋向于均衡地投资，正是这种差异，使他们获得了非同寻常的高额财务回报，同时客户忠诚度得 到了极大地提高，客户流动率明显下降。目前随着我们的世界和商业日趋复杂化，商业信息超出了人们有效记忆和应用的范围，一方面信息的整体数量大规模增长，
而另一方面有关客户和运作的详细信息却出现了负增长。通过crm
客户管理系统获得企业的系统信息能力(而非市场、销售、服务等单方面的客户能力)，企业得以隐身
在竞争者的盲目之中，他们反应敏捷并持之以恒，他们是威胁，他们是未来!

企管宝软件
专注企业管理软件研发，不仅是高端OA，还是专业的CRM，项目管理系统以及进销存，它能够完全按照企业的需求来自定义，全面支持浏览器，windows客户端，android，ios（iphone,ipad）等各种终端。诚邀全国各地渠道合作！