



石家莊鐵道大學  
SHIJIAZHUANG TIEDAO UNIVERSITY

在线开放课程

客户关系管理

客户关系管理

主讲：王学辉

# 目录



在线开放课程

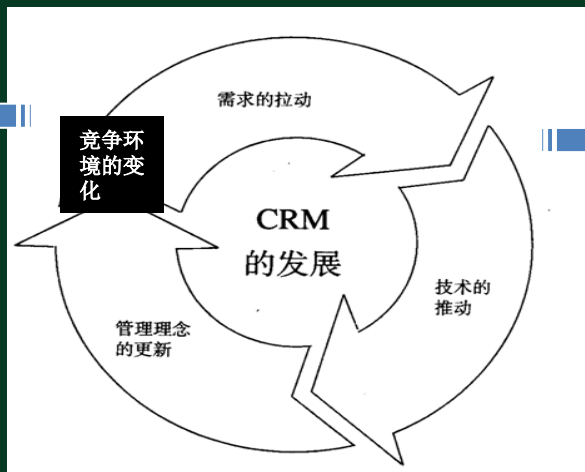
- 1.1 客户关系管理的产生
- 1.2 客户关系管理的概念和内涵
- 1.3 客户关系管理的特点
- 1.4 客户关系管理的体系结构和功能

# 1.1 客户关系管理的产生

应对客户行为发生的变化：快速、简便、人性化、方便、熟悉、安全。

企业内部管理的需求：客户信息的分散导致客户服务效率的低下，因此需要建立一个以客户为中心的机构，以实现对客户有关活动的全面管理。

保持企业的持续竞争力：企业之间的竞争已经不再是单个企业和产品价格及质量的竞争，竞争导向由原来的利益导向转为客户导向。



主要是信息技术的应用：  
大型关系型数据库；  
局域网技术；  
客户机/服务器技术；  
分布式处理技术；  
DM技术等。

# 1.2 客户关系管理的概念和内涵



在线开放课程

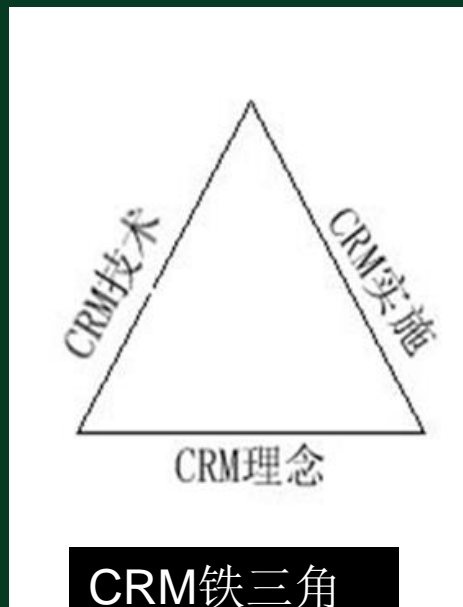
## 1. 客户关系管理的定义

客户关系管理的概念最早是由Gartner Group提出的，并于1993年形成了比较完善的体系，它认为：CRM是一种商业策略，它按照客户的分类情况有效地组织企业资源，培养以客户为中心的经营行为以及实施以客户为中心的业务流程，并以此为手段来提高企业盈利能力、利润以及客户满意度。

## 2. 客户关系管理的内涵

我们可以将其理解为理念、技术、实施三个层面。其中，理念是CRM成功的关键，它是CRM实施应用的基础和土壤；信息系统、IT技术是CRM成功实施的手段和方法；实施是决定CRM成功与否、效果如何的直接因素。

三者构成CRM稳固的“铁三角”

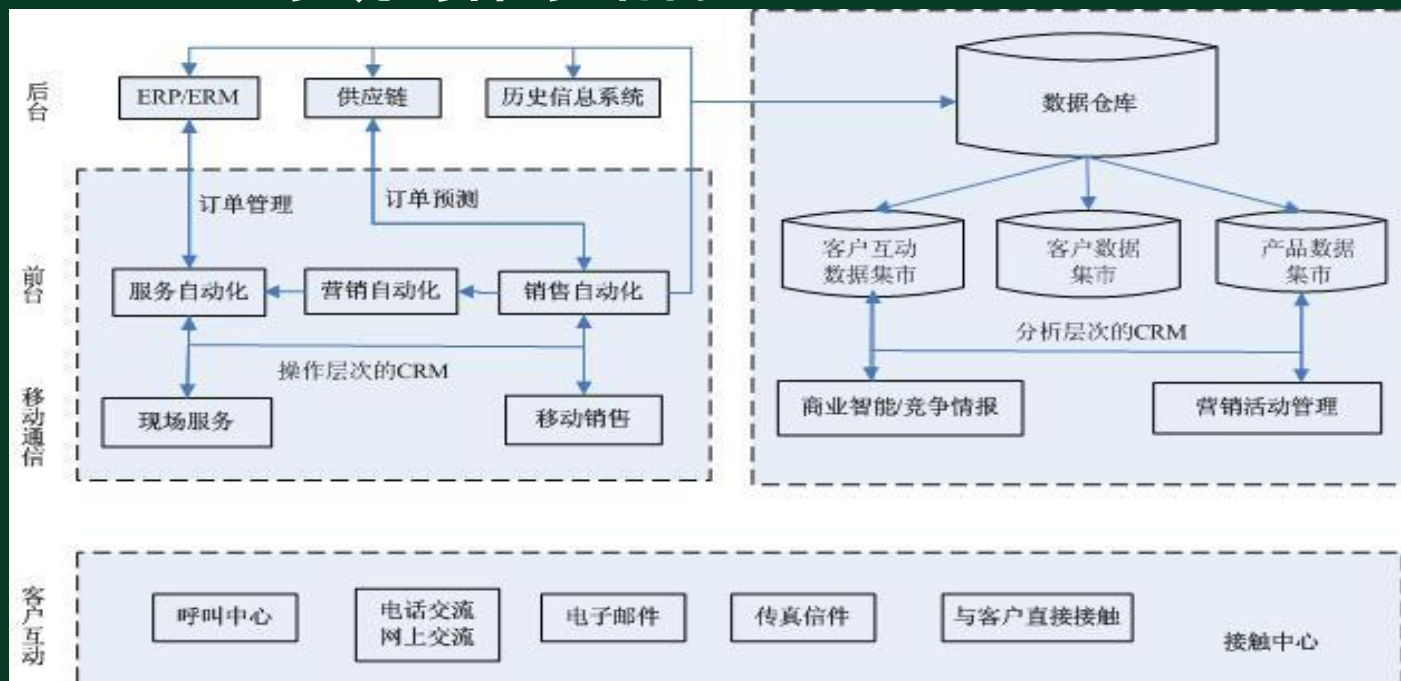


## 1.3 客户关系管理的特点

1. CRM是一种管理理念
2. CRM是一种新型管理机制
3. CRM是体现“以客户为中心”理念的一套信息系统

# 1.4 CRM的体系结构和功能

## 1. CRM系统的体系结构



## 2. CRM系统的功能





# 小结

- 客户关系管理的产生背景、概念、特点
- 客户关系管理的体系结构和功能