

CRM客户关系管理系统

系统介绍

客户关系管理系统能为企业提供全方位的管理视角；赋予企业更完善的客户交流能力；CRM既是一套原则制度，也是一套软件和技术。它的目标是缩减销售周期和销售成本、增加收入、寻找扩展业务所需的新的市场和渠道以及提高客户的价值、满意度、赢利性和忠实度。

CRM是用一套软件来实现企业的管理思路和管理模式。面向客户，关心客户，一切围绕客户为中心来运作，这就是CRM的本质。CRM的焦点是自动化和透明化，并改业务销售、市场营销、客户服务等领域与客户有关的商业流程。

客户关系管理系统（CRM）是一种以客户为中心的经营策略，它以信息技术为手段，对业务功能进行重新设计，并对工作流程进行重组。

通过实施CRM系统，企业可以实现以下的目标

- 1) 提高效率：通过采用信息技术，可以提高业务处理流程的自动化程度，实现企业范围内的信息共享，提高企业员工的工作能力，并有效减少培训需求，使企业内部能够更高效的运转。
- 2) 交叉销售：简而言之，交叉销售最直接的目的就是向现有客户销售更多的产品/服务。在过去几年中，许多兼并的事件都是建立在交叉销售的概念基础上。我们可以看看一个全球最成功的例子，那就是银行。各大银行通过联营，就可以为客户提供“一站式”的金融服务（例如LloydsTSBCitigroup）。
- 3) 追加销售：柯莱特公司首席技术长官骆建功表示，该方法有助于公司向已拥有公司产品的客户销售更高价值的产品与服务。这种思想也非常简单，例如银行将持有标准信用卡的用户转变为“金卡”用户。在一个客户的生命周期中，他们的收入在不断变化，因此他们的需求、期望和支付能力都在不断变化。通过CRM的实施，公司就可以建立客户知识库，然后就可以利用客户数据/信息来预测客户的行为变化。当然这还需要企业建立成功的客户行为和生命周期模型。另外，大多数成功的追加销售模型是建立在切实能为客户带来价值的基础上，同样这个基础也是企业客户战略的一部分。

- 4) 拓展市场：通过新的业务模式（电话、网络）扩大企业经营活动范围，及时把握新的市场机会，占领更多的市场份额。
- 5) 客户再生：如果你发现客户不再购买你的产品与服务，你可能会想办法来重新把他们吸引过来，这就是客户再生。骆建功表示，在美国的电信行业，已经有很多企业投入巨资来规划实施“挽回流失客户”工程，企业要想实现客户再生，需要能够监控客户的活动，而且还要能够理解客户的相关信息。投资一个客户知识库的总体思想在于：创建一个值得信赖的信息库，为企业提供决策支持作用。
- 6) 保留客户：用户可以自己选择喜欢的方式，同企业进行交流，方便的获取信息得到更好的服务。完整统一地记录客户资料，不再担心资料丢失。全面掌握公司业务信息，杜绝人员离职导致客户流失。
- 7) 资料清晰：图形化地统计分析您的客户信息、销售情况及财务状况。随时随地查找客户资料，及时联系客户。使公司的业务流程自动化且标准化。
- 8) 分区域设置：石开CRM系统更有个性化的管理方式，客户、用户、库存、等信息全部按不同的区域化分，使信息更清晰，用户更明白。
- 9) 软件订制与扩展：石开CRM系统的接口与功能扩展更灵活，可根据客户的需求订制和增加更多的功能与模块，同时可将其他系统嵌入到石开CRM中，或将石开CRM系统嵌入到其他操作软件中去，使用户操作更全面更方便。

功能介绍

CRM系统共有6个功能模块：客户管理、销售管理、产品管理、统计报表、财务管理、系统管理。

本系统主要以客户和产品为中心，用户登陆后，主介面为客户列表信息，用户可以经客户为线索，查看每个客户的相关业务信息。

用户所访问的模块或内容都会记录在“最近查看”中，如果当前页面在某个子项目页面中，用户可以方便的点击“最近查看”记录进入到其他子项目页面中。