关于中小企业客户关系管理系统构架的设想

屈 刚
（云南商务信息工程学院，云南 昆明 650204）

摘要：实施客户关系管理是构建中小企业核心竞争力的有效手段。对中小企业客户关系管理系统设计的目的和原则进行讨论和分析，并提出中小企业客户关系管理系统模块构架的设想。

关键词：客户关系管理；中小企业；模块

中图分类号：C 931 文献标识码：A 文章编号：1004 – 390X（2008）03 – 0010 – 04

The Ideas on Structuring System Modules of SMEs CRM System

QU Zhao
（School of Business and Information Engineering of Yunnan，Kunming 650204，China）

Abstract: To implement CRM in SME which is the effective measure to construct core competitiveness of SME. The paper will discuss the purpose and principle that SMEs Customer Relationship Management system designs and put forward the ideas on structuring system modules of SMEs CRM system.

Key words: CRM（customer relationship management）；SME（small and medium-sized enterprises）；module

据统计，我国至少有 2600 万家中小企业，其数量还在以每年 3% ~ 4% 的速度在递增，占国家整个企业总量的 99%。在全国工业总产值和实现利税的比重分别是 60% 和 40%。提供的就业岗位占全国城镇就业总数的 75% [1]，如此高的比例显示出中小企业在我国国民经济和社会生活中处于相当重要的地位。可以说，中小企业是成为拉动经济增长，缓解就业压力，保持社会稳定的基础力量；此外，中小企业又是市场经济体制的微观基础，因此，中小企业必将成为深化改革的主要推动力量。那么如何使中小企业持续健康的发展并保持长期旺盛的生命力，打造核心竞争力，充分发挥自身优势是关键。

中小企业最重要的基本生存背景是，资源不如大企业充分，有很多大企业能够采用的一些竞争手段无法采用，在销售渠道上中小企业与大企业的竞争也相对处于弱势，那么中小企业如何去构建自身的优势呢？应该说实施客户关系管理是构建中小企业核心竞争力的一个有效手段。

通过实施客户关系管理，客户对产品最快最新的要求可以得到及时处理。对客户的需求，客户关系管理可以对对客户需求数据进行统计、分析，并做出一些初步的判断，从而预先判断客户可能的需求。此外，客户关系管理还可以从已有产品的销售状况得到较为准确的分析数据，通过对这些销售数据的统计分析，得出产品对客户需求的符合度，指导产品的改进。可以说，在中小企业中实施客户关系管理，能够使企业与客户形成较为稳定和长期的关系，从而保持和提升了企业的利润。

图 1 描述了一个较为完整的客户关系管理系
统框架。
操作决策支持分析功能以确定市场细分情况、客户投资偏好、客户投资习惯等，从而做到有针对性的选择客户，组织市场活动。市场活动的任务分配、执行情况、收入、费用等纳入客户关系管理产品的管理范围，以对市场活动过程进行控制。通过对市场活动深入分析、数据挖掘可为客户拓展、客户服务、客户关怀提供决策依据。

3. 客户服务内容管理

客户在购买并使用企业的产品时，必然会提出要求企业提供优质服务（如产品安装、产品使用指导、技术升级等），也难免会产生不满情绪。如何能够及时有效的提供给客户相关服务，如何能预先将客户的抱怨减到最低，如何能提高与客户的交流效率，这些问题通过客户关系管理系统中客户服务管理提供的方案应该可以得到较好的解决。

4. 拓展客户服务方式，提供个性化服务

仅仅是客户关系管理软件系统还不够满足构筑客户关系管理系统的要求，为使客户的需求得到满足，企业应该不断地开拓各种方式加强与客户的联系，为客户提供新的个性化接触渠道，使其信息沟通。例如开通免费咨询电话呼叫中心和公司网站及其在线咨询栏目等，使企业的产品和服务更具个性化色彩。当然应该注意的是，个性化服务的程度应该与客户需要的复杂性相对应，过度的个性化设计不利于以后调整营销方案，而提供的个性化服务太少则不会使客户足够受益而真正参与进来。

（二）中小企业客户关系管理系统设计的原则

1. 满足企业内部需求

客户关系管理系统首先要满足企业部门级的需求，尤其是与客户有密切联系的主要部门——市场营销、销售和客户服务等。具体来说，客户关系管理系统要支持市场营销部门开展市场活动管理、跟踪和反馈，进行活动评价，同时得到客户的构成、地理分布等信息，分析客户行为，对客户状态进行分类；支持销售部门提出销售任务、分配任务、评价和销量等，同时使客户服务部门及时得到系统提供的为客户服务的准确信息，保证服务中心能一致对待客户等。

2. 把企业和市场联系起来

客户关系管理必须将企业的市场、销售和服务协同起来，建立市场、销售和服务之间的沟通渠道，解决企业在运作过程中遇到的实时传递信
息和渠道优化的问题。只有这样才能将营销数据分析的结果实时传递给销售和管理部门，从而更好地理解客户的行为，留住老客户；此外，销售和服务信息的收集也要及时传递给市场部门以便对销售、服务和投诉等信息进行及时分析，从而制定出更有效的竞争策略。

3. 与企业的业务系统紧密结合

客户关系管理要与企业的相关业务系统紧密结合，以客户为中心优化生产过程，这是企业流程再造的成功保证。因此，客户关系管理不应当简单地覆盖落伍的公司策略。取而代之的是，公司应正式化，自动地建立以“客户为中心”的业务流程，并对业务流程进行彻底的修正和持续提炼，使得客户关系管理技术真正融入到企业流程的变革中。

二、中小企业客户关系管理系统模块的构架

（一）中小企业客户关系管理系统模块构架图

在前文分析的基础上，对中小企业客户关系管理系统模块构架提出如下设想。如图2。

图2 中小企业客户关系管理的模块构架

1. 触发中心

确保客户能够采取其方便或偏好的形式随时与企业联系，同时保证了来自不同渠道的信息完整、准确和一致，实现了企业与客户之间的信息交流，并将相关信息记录下来，存入企业统一的数据仓库（Data Warehouse）。它主要由呼叫中心服务、通信/信件服务、电子邮件服务、WEB站点服务和个人接触服务几部分组成。

在这一阶段系统主要包含的信息有：营销分析，使营销过程更具计划性，以达到最优化目的；活动管理，保证营销活动的执行；电话营销，通过各种渠道推动潜在客户的产生；电子营销，联网上个性化、大量的营销活动的实施和执行。

2. 挖掘中心

它是客户关系管理的核心部分。能够帮助企业区分各类现有客户，准确地找到目标客户群，帮助企业以适合的产品满足客户需求，从而降低中小企业的运行成本。

在这一阶段，系统主要利用数据挖掘。联机分析处理（OLAP）等统计分析工具对数据仓库中记录的客户及产品资料进行数据挖掘（Data Mining）和分析，从中发现客户行为特征、购买模式等，实现了与客户进行高效的、可衡量的、双向的沟通，真正体现了以客户为导的管理思想。

3. 业务中心

主要是根据获得的客户信息，以客户为中心组织企业的销售、营销等业务，并将相关信息记录下来，同时与企业的人力资源管理系统（ERP）进行信息交流。企业的业务流程不再是以产品为中心，而是以客户为中心，打破传统企业职能层级制的限制和客户中心。

这一模块由销售系统、市场系统、客户服务与产品支持、反馈处理、订单管理等组成。销售自动化包括销售、购买、定购等功能以及与销售队伍相关的管理功能；市场自动化包括判断、选择目标客户或开拓领域所需功能；客户服务包括客户订单、客户状态、客户转移或开户等功能的自动化；产品支持包括产品信息或问题解决的自动化。

（二）中小企业客户关系管理系统功能

基于以上模块构建，中小企业的客户关系管理系统应突出以下四方面的功能：

1. 客户管理

客户信息中蕴含了巨大的价值，通过对客户信息的分析、挖掘可以深入了解客户的需求，发现客户进行交易的规律，发现价值客户的构成规则，从而为企业正确决策，提升企业业务水平有着重要意义。①

客户管理这一功能的主要目的是通过与客户的交往过程中，不断开发和积累客户信息，并将过去散落的或未收集的直接客户信息逐步积累起来，使得中小企业的业务人员、销售主管和决策者可以方便地对客户信息进行查询和分析，
找出目标客户，发掘潜在客户，创造销售机会。客户管理如图 3。

2. 订单管理

销售订单是客户或代理购买产品的凭证，其中详细记录了客户或代理购买产品的种类、金额和数量。企业根据订单中的内容完成销售收款、配货发货等业务的操作。

订单管理这一功能主要是实现产品报价、生成订单、订单审核、执行订单、订单跟踪、货款回收等目的，并自动跟踪订单执行情况，当销售收款接近期限时，系统能够自动提醒收款；出现欠款时，系统可以进行电子催收。订单管理如图 4。

3. 分析决策

决策水平的高低，决定了企业的竞争力。尤其对于中小企业而言一个决策的成败与否，将直接关系到企业的命运。本功能主要是通过多种分析工具，对客户、产品、任务、预算、计划、费用等信息进行统计分析，用以分析销售、市场和服务的情况，为企业决策提供依据。此外，对于重要数据分析和整理可以做到实时处理，这样大大减轻了管理压力和管理成本。分析过程如图 5。

4. 协同工作

本功能主要是提供一个整合的信息操作平台，实现业务信息的共享和各种业务部门之间的信息交互，消除业务部门之间的信息孤岛，从而提升企业整体的运营效率。

[参考文献]