|  |
| --- |
| [2024-2030年中国客户关系管理系统（CRM）行业现状及趋势预测报告](https://www.20087.com/2/97/KeHuGuanXiGuanLiXiTong-CRM-FaZhanQuShi.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2024-2030年中国客户关系管理系统（CRM）行业现状及趋势预测报告](https://www.20087.com/2/97/KeHuGuanXiGuanLiXiTong-CRM-FaZhanQuShi.html) |
| 报告编号： | 3921972　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8500 元　　纸介＋电子版：8800 元 |
| 优惠价： | 电子版：7600 元　　纸介＋电子版：7900 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/2/97/KeHuGuanXiGuanLiXiTong-CRM-FaZhanQuShi.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　客户关系管理系统（CRM）是一种帮助企业优化客户关系管理流程的软件系统，近年来随着云计算、大数据和人工智能技术的发展，其功能和应用范围不断扩大。目前，CRM系统不仅能够帮助企业收集和分析客户数据，还能通过自动化工具提高销售效率、优化市场营销活动、提供优质的客户服务。随着企业数字化转型的深入，CRM系统已成为企业提升竞争力的重要工具之一。  
　　未来，CRM系统将更加注重个性化和智能化。一方面，随着人工智能技术的应用，CRM系统将具备更强的数据分析能力，能够提供更加精准的客户洞察和个性化推荐，帮助企业更好地理解客户需求，提高客户满意度。另一方面，随着云计算和物联网技术的发展，CRM系统将更加注重跨平台整合和互联互通，实现无缝的数据共享和业务协同。此外，随着数据隐私和安全法规的加强，CRM系统将更加注重数据保护和合规性，确保企业在合法合规的基础上开展经营活动。  
　　《[2024-2030年中国客户关系管理系统（CRM）行业现状及趋势预测报告](https://www.20087.com/2/97/KeHuGuanXiGuanLiXiTong-CRM-FaZhanQuShi.html)》在多年客户关系管理系统（CRM）行业研究结论的基础上，结合中国客户关系管理系统（CRM）行业市场的发展现状，通过资深研究团队对客户关系管理系统（CRM）市场各类资讯进行整理分析，并依托国家权威数据资源和长期市场监测的数据库，对客户关系管理系统（CRM）行业进行了全面调研。  
　　市场调研网发布的[2024-2030年中国客户关系管理系统（CRM）行业现状及趋势预测报告](https://www.20087.com/2/97/KeHuGuanXiGuanLiXiTong-CRM-FaZhanQuShi.html)可以帮助投资者准确把握客户关系管理系统（CRM）行业的市场现状，为投资者进行投资作出客户关系管理系统（CRM）行业前景预判，挖掘客户关系管理系统（CRM）行业投资价值，同时提出客户关系管理系统（CRM）行业投资策略、营销策略等方面的建议。  
  
第一章 客户关系管理系统（CRM）的概念和界定  
　　1.1 客户关系管理和客户关系管理系统（CRM）的概念  
　　　　1.1.1 客户关系管理  
　　　　1.1.2 客户关系管理系统（CRM）  
　　1.2 客户关系管理系统原理  
　　1.3 客户关系管理系统作用  
　　　　1.3.1 维护老客户，寻找新客户  
　　　　1.3.2 避免客户资源过于分散引起的客户流失  
　　　　1.3.3 提高客户忠诚度和满意度  
　　　　1.3.4 降低营销成本  
　　　　1.3.5 掌握销售人员工作状态  
　　1.4 客户关系管理系统功能  
　　　　1.4.1 客户合作管理系统  
　　　　1.4.2 业务操作管理系统  
　　　　1.4.3 数据分析管理系统  
　　　　1.4.4 信息技术管理系统  
　　1.5 客户关系管理系统价值  
　　　　1.5.1 先进性  
　　　　1.5.2 综合性  
　　　　1.5.3 集成性  
　　　　1.5.4 智能化  
　　1.6 客户关系管理系统分类  
  
第二章 客户关系管理系统（CRM）设计与实现  
　　2.1 业务需求分析  
　　　　2.1.1 营销管理需求  
　　　　2.1.2 客户管理需求  
　　　　2.1.3 服务管理需求  
　　　　2.1.4 统计报表需求  
　　　　2.1.5 基础数据需求  
　　2.2 系统分析  
　　　　2.2.1 系统简介  
　　　　2.2.2 系统功能设计  
　　　　（1）“客户管理”主要功能  
　　　　（2）“商业智能”主要功能  
　　2.3 系统功能实现  
　　　　2.3.1 客户管理界面  
　　　　2.3.2 商业基本信息界面  
　　　　2.3.3 商业智能界面  
　　2.4 系统应用  
  
第三章 大数据时代客户关系管理系统应用  
　　3.1 大数据时代CRM系统概述  
　　3.2 大数据时代企业客户关系管理的作用  
　　　　3.2.1 精确对准客户真正需求  
　　　　3.2.2 让企业更快契入产业链  
　　　　3.2.3 有效降低企业运营风险  
　　3.3 大数据时代企业客户关系管理系统的具体应用  
　　　　3.3.1 锁定真正客户  
　　　　3.3.2 开发新客户并控制管理成本  
　　　　3.3.3 提高客户价值质量  
　　3.4 影响大数据时代客户关系管理系统应用水平的因素及应对策略  
　　　　3.4.1 人为因素  
　　　　3.4.2 系统因素  
　　　　3.4.3 风险因素  
  
第四章 数据挖掘技术在客户关系管理（CRM）中的应用  
　　4.1 客户关系管理（CRM）分析  
　　　　4.1.1 客户关系管理的概念  
　　　　4.1.2 客户关系管理的必要性  
　　　　4.1.3 客户关系管理的主要内容  
　　　　4.1.4 客户关系管理系统的架构模式  
　　　　4.1.5 客户关系管理的重要意义  
　　4.2 数据挖掘技术（DM）分析  
　　　　4.2.1 数据挖掘的概念  
　　　　4.2.2 数据挖掘的主要内容  
　　　　4.2.3 数据挖掘的分析方法和实际应用  
　　　　（1）分类分析  
　　　　（2）回归分析  
　　　　（3）聚类分析  
　　　　（4）关联规则分析  
　　　　（5）特征分析  
　　　　（6）偏差分析  
　　　　（7）网络挖掘  
　　4.3 数据挖掘的常用算法和实际应用  
　　　　4.3.1 决策树算法分析  
　　　　4.3.2 聚类算法  
　　　　4.3.3 SVM分类算法  
　　　　4.3.4 Apriori算法  
　　　　4.3.5 最大期望（EM）算法  
　　　　4.3.6 PR值算法  
　　　　4.3.7 集成学习算法  
　　　　4.3.8 KNN邻近算法  
　　　　4.3.9 朴素贝叶斯分类器  
　　　　4.3.10 分类与回归树算法  
  
第五章 客户关系管理系统（CRM）产业链分析  
　　5.1 客户关系管理系统（CRM）产业链模型  
　　5.2 客户关系管理系统（CRM）上游——软件及硬件  
　　　　5.2.1 硬件设备制造  
　　　　（1）服务器  
　　　　（2）存储器  
　　　　（3）交换器  
　　　　（4）路由器  
　　　　5.2.2 通用软件开发  
　　　　（1）操作系统  
　　　　（2）数据库  
　　　　（3）开发工具  
　　　　（4）中间件  
　　5.3 客户关系管理系统（CRM）中游——CRM软件供应商  
　　5.4 客户关系管理系统（CRM）下游——行业应用  
　　　　5.4.1 客户关系管理系统用户端现状：了解及使用程度有限  
　　　　5.4.2 中国信息管理类工业软件下游应用结构  
　　　　5.4.3 云CRM成功应用及用户痛点  
  
第六章 中国客户关系管理系统（CRM）服务商和供应商调查  
　　6.1 客户关系管理系统（CRM）硬件设备供应商  
　　　　6.1.1 服务器供应商  
　　　　6.1.2 存储器供应商  
　　　　6.1.3 交换器供应商  
　　　　6.1.4 路由器供应商  
　　6.2 通用软件开发商  
　　　　6.2.1 操作系统开发商  
　　　　6.2.2 数据库开发商  
　　　　6.2.3 开发工具开发商  
　　　　6.2.4 中间件开发商  
　　6.3 客户关系管理系统（CRM）主要供应商  
  
第七章 中国客户关系管理系统（CRM）发展现状  
　　7.1 中国客户关系管理系统（CRM）发展背景  
　　　　7.1.1 中国工业软件产业定位  
　　　　7.1.2 中国互联网发展现状  
　　　　7.1.3 2019-2024年中国工业软件市场规模及增速  
　　　　7.1.4 中国SaaS行业现状发展现状  
　　7.2 中国客户关系管理系统（CRM）发展历程  
　　7.3 客户关系管理系统（CRM）分类状况  
　　　　7.3.1 传统本地部署的CRM  
　　　　7.3.2 SaaS型CRM（云CRM）  
　　7.4 中国客户关系管理系统（CRM）行业政策背景  
　　　　7.4.1 行业监管体制  
　　　　7.4.2 行业主要政策  
　　7.5 SCM、ERP与CRM的关系  
　　7.6 中国客户关系管理系统（CRM）成本分析  
　　7.7 中国客户关系管理系统（CRM）市场现状  
　　　　7.7.1 中国CRM市场现状  
　　　　7.7.2 中国CRM市场结构  
　　　　7.7.3 云CRM市场现状  
　　7.8 中国客户关系管理系统（CRM）市场竞争格局  
　　　　7.8.1 中国CRM部署方式（按营收）  
　　　　7.8.2 中国CRM厂商构成（按营收）  
　　　　7.8.3 中国CRM品牌营收占比（按营收）  
  
第八章 中国客户关系管理系统（CRM）需求分析  
　　8.1 中国客户关系管理系统（CRM）需求现状  
　　8.2 企业客户对CRM提出新需求  
　　　　8.2.1 营销获客  
　　　　8.2.2 数据处理  
　　　　8.2.3 个性化需求  
　　8.3 市场对CRM功能的需求变化  
　　　　8.3.1 营销渠道扩展  
　　　　8.3.2 线索数据暴增  
　　　　8.3.3 商业模式易变  
　　8.4 SCRM价值分析  
　　　　8.4.1 更有效触达客户，获取潜在商机  
　　　　8.4.2 数据整合，构建私域流量池  
　　　　8.4.3 降低二次开发门槛，满足个性化需求  
  
第九章 基于数据挖掘的商场分析客户关系管理系统（CRM）案例分析  
　　9.1 基于数据挖掘技术的商场CRM的设计  
　　　　9.1.1 基于数据挖掘技术的商场CRM的必要性  
　　　　9.1.2 基于数据挖掘技术的商场CRM的模块设计  
　　　　9.1.3 基于数据挖掘技术的商场CRM的功能设计  
　　　　9.1.4 基于数据挖掘技术的商场CRM的重要意义  
　　9.2 基于数据挖掘技术的商场CRM的实现  
　　　　9.2.1 基于数据挖掘技术的商场CRM的整体架构  
　　　　9.2.2 商场CRM中数据挖掘的应用流程  
　　　　9.2.3 商场CRM中数据挖掘的算法设计  
　　　　9.2.4 基于数据挖掘技术的商场CRM与传统企业管理对比  
　　9.3 数据挖掘成功应用的经典案例  
　　　　9.3.1 沃尔玛“啤酒加尿布”营销  
　　　　9.3.2 戴尔公司客户分类的成功  
  
第十章 客户关系管理系统（CRM）行业数字化重点企业推荐  
　　10.1 泛微网络科技股份有限公司  
　　　　10.1.1 企业发展基本情况  
　　　　10.1.2 企业经营状况分析  
　　　　10.1.3 企业数字化转型产品概况  
　　　　10.1.4 企业核心竞争力分析  
　　　　10.1.5 企业发展战略分析  
　　10.2 用友网络科技股份有限公司  
　　　　10.2.1 企业发展基本情况  
　　　　10.2.2 企业经营状况分析  
　　　　10.2.3 企业数字化转型产品概况  
　　　　10.2.4 企业核心竞争力分析  
　　　　10.2.5 企业发展战略分析  
　　10.3 北京神州云动科技股份有限公司  
　　　　10.3.1 企业发展基本情况  
　　　　10.3.2 企业经营状况分析  
　　　　10.3.3 企业数字化转型产品概况  
　　　　10.3.4 企业核心竞争力分析  
　　　　10.3.5 企业发展战略分析  
　　10.4 和创（北京）科技股份有限公司  
　　　　10.4.1 企业发展基本情况  
　　　　10.4.2 企业经营状况分析  
　　　　10.4.3 企业数字化转型产品概况  
　　　　10.4.4 企业核心竞争力分析  
　　　　10.4.5 企业发展战略分析  
　　10.5 赛富时公司  
　　　　10.5.1 企业发展基本情况  
　　　　10.5.2 企业经营状况分析  
　　　　10.5.3 企业数字化转型产品概况  
　　　　10.5.4 企业融资情况分析  
　　　　10.5.5 企业发展战略分析  
　　10.6 北京易动纷享科技有限责任公司  
　　　　10.6.1 企业发展基本情况  
　　　　10.6.2 企业经营状况分析  
　　　　10.6.3 企业数字化转型产品概况  
　　　　10.6.4 企业核心竞争力分析  
　　　　10.6.5 企业发展战略分析  
　　10.7 北京仁科互动网络技术有限公司  
　　　　10.7.1 企业发展基本情况  
　　　　10.7.2 企业经营状况分析  
　　　　10.7.3 企业数字化转型产品概况  
　　　　10.7.4 企业核心竞争力分析  
　　　　10.7.5 企业发展战略分析  
　　10.8 杭州逍邦网络科技有限公司  
　　　　10.8.1 企业发展基本情况  
　　　　10.8.2 企业经营状况分析  
　　　　10.8.3 企业数字化转型产品概况  
　　　　10.8.4 企业融资情况分析  
　　　　10.8.5 企业发展战略分析  
　　10.9 ZOHO Corporation  
　　　　10.9.1 企业发展基本情况  
　　　　10.9.2 企业经营状况分析  
　　　　10.9.3 企业数字化转型产品概况  
　　　　10.9.4 企业融资情况分析  
　　　　10.9.5 企业发展战略分析  
　　10.10 SAP思爱普  
　　　　10.10.1 企业发展基本情况  
　　　　10.10.2 企业经营状况分析  
　　　　10.10.3 企业数字化转型产品概况  
　　　　10.10.4 企业融资情况分析  
　　　　10.10.5 企业发展战略分析  
  
第十一章 中国客户关系管理系统（CRM）行业趋势预测和市场空间预测  
　　11.1 客户关系管理系统（CRM）行业发展趋势  
　　　　11.1.1 移动化、社交化  
　　　　11.1.2 智能化、SaaS化  
　　　　11.1.3 平台化、体系化  
　　11.2 客户关系管理系统（CRM）行业发展驱动因素  
　　　　11.2.1 政策驱动  
　　　　11.2.2 社会驱动  
　　　　11.2.3 技术驱动  
　　11.3 客户关系管理系统（CRM）投资前景  
　　　　11.2.1 政策风险  
　　　　11.3.2 技术风险  
　　　　11.2.3 竞争风险  
　　11.3 客户关系管理系统（CRM）行业投资机会透视  
　　　　11.3.1 产业链机会  
　　　　11.3.2 细分领域机会  
　　　　11.3.3 重点区域机会  
　　11.3 2024-2030年中国客户关系管理系统（CRM）行业市场空间预测  
  
第十二章 [⋅中⋅智林]客户关系管理系统（CRM）行业研究总结与发展建议  
　　12.1 客户关系管理系统（CRM）行业研究总结  
　　12.2 客户关系管理系统（CRM）行业痛点  
　　　　12.2.1 价值痛点  
　　　　12.2.2 成本痛点  
　　　　12.2.3 应用痛点  
　　12.3 客户关系管理系统（CRM）行业发展建议  
　　　　12.3.1 客户关系管理系统（CRM）行业投资策略  
　　　　12.3.2 客户关系管理系统（CRM）行业投资方向  
　　　　12.3.3 客户关系管理系统（CRM）行业投资方式  
  
图表目录  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）介绍  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）图片  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）产业链调研  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）行业特点  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）政策  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）技术 标准  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）最新消息 动态  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）行业现状  
　　图表 2019-2024年客户关系管理系统（CRM）行业市场容量统计  
　　图表 2019-2024年中国客户关系管理系统（CRM）市场规模情况  
　　图表 2019-2024年中国客户关系管理系统（CRM）销售统计  
　　图表 2019-2024年中国客户关系管理系统（CRM）利润总额  
　　图表 2019-2024年中国客户关系管理系统（CRM）企业数量统计  
　　图表 2024年客户关系管理系统（CRM）成本和利润分析  
　　图表 2019-2024年中国客户关系管理系统（CRM）行业经营效益分析  
　　图表 2019-2024年中国客户关系管理系统（CRM）行业发展能力分析  
　　图表 2019-2024年中国客户关系管理系统（CRM）行业盈利能力分析  
　　图表 2019-2024年中国客户关系管理系统（CRM）行业运营能力分析  
　　图表 2019-2024年中国客户关系管理系统（CRM）行业偿债能力分析  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）品牌分析  
　　图表 \*\*地区客户关系管理系统（CRM）市场规模  
　　图表 \*\*地区客户关系管理系统（CRM）行业市场需求  
　　图表 \*\*地区客户关系管理系统（CRM）市场调研  
　　图表 \*\*地区客户关系管理系统（CRM）行业市场需求分析  
　　图表 \*\*地区客户关系管理系统（CRM）市场规模  
　　图表 \*\*地区客户关系管理系统（CRM）行业市场需求  
　　图表 \*\*地区客户关系管理系统（CRM）市场调研  
　　图表 \*\*地区客户关系管理系统（CRM）市场需求分析  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）上游发展  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）下游发展  
　　……  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）企业（一）概况  
　　图表 企业客户关系管理系统（CRM）业务  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）企业（一）经营情况分析  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）企业（一）盈利能力情况  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）企业（一）偿债能力情况  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）企业（一）运营能力情况  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）企业（一）成长能力情况  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）企业（二）简介  
　　图表 企业客户关系管理系统（CRM）业务  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）企业（二）经营情况分析  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）企业（二）盈利能力情况  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）企业（二）偿债能力情况  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）企业（二）运营能力情况  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）企业（二）成长能力情况  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）企业（三）概况  
　　图表 企业客户关系管理系统（CRM）业务  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）企业（三）经营情况分析  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）企业（三）盈利能力情况  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）企业（三）偿债能力情况  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）企业（三）运营能力情况  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）企业（三）成长能力情况  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）企业（四）简介  
　　图表 企业客户关系管理系统（CRM）业务  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）企业（四）经营情况分析  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）企业（四）盈利能力情况  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）企业（四）偿债能力情况  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）企业（四）运营能力情况  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）企业（四）成长能力情况  
　　……  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）投资、并购情况  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）优势  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）劣势  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）机会  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）威胁  
　　图表 进入客户关系管理系统（CRM）行业壁垒  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）发展有利因素  
　　图表 客户关系管理系统（CRM）发展不利因素  
　　图表 2024-2030年中国客户关系管理系统（CRM）行业信息化  
　　图表 2024-2030年中国客户关系管理系统（CRM）行业市场容量预测  
　　图表 2024-2030年中国客户关系管理系统（CRM）行业市场规模预测  
　　图表 2024-2030年中国客户关系管理系统（CRM）行业风险  
　　图表 2024-2030年中国客户关系管理系统（CRM）市场前景分析  
　　图表 2024-2030年中国客户关系管理系统（CRM）发展趋势  
略……

了解《[2024-2030年中国客户关系管理系统（CRM）行业现状及趋势预测报告](https://www.20087.com/2/97/KeHuGuanXiGuanLiXiTong-CRM-FaZhanQuShi.html)》，报告编号：3921972，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：[Kf@20087.com](mailto:Kf@20087.com)

详细介绍：<https://www.20087.com/2/97/KeHuGuanXiGuanLiXiTong-CRM-FaZhanQuShi.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！