

企业营销管理中客户关系管理的应用研究

朱周凯

茅台学院 贵州遵义 564500

【摘要】当今时代是经济全球化的发展时代，为市场蓬勃发展带来了越来越多的发展机遇，也带来了更多的竞争和挑战。在此背景下，市场内部的竞争不再是过去的产品的竞争，更多的是关于服务方面的竞争，社会也逐渐朝着服务型的方向不断发展。因此，为了适应时代的发展和变化，需要建立起一个符合服务型社会的相关服务体系。在企业营销管理当中，客户关系管理是其中的重要组成部分，其质量对于企业营销管理可以说有着决定性的作用，客户关系管理的质量高，企业形象管理就能成功。新时期，企业的长足发展深受优秀的客户管理的影响。

【关键词】企业；营销管理；客户关系；服务

企业为了在全球化发展的时代占据一席之地，必须要顺应时代的发展潮流来进行相关的改革工作，在服务型社会中，企业除了要把目光放在企业生产的产品的质量中，还需要对客户服务体系的建立格外重视。只有这样，企业才能不仅仅局限于传统的经济市场中的竞争，在未来的发展中也能占据有利地位。

一、现阶段存在的问题分析

目前，我国经济的发展和西方的一些发达国家相比还处于一个落后的状态，而且企业内部的客户关系管理的起步也相对较晚，因此我国的客户关系管理系统还存在一些问题，这些问题从某种程度上而言还会阻碍企业的发展和进步。目前我国的企业营销管理中，客户关系管理主要存在的问题涉及以下几个方面：

1.1 管理水平相对较低

目前我国企业的客户关系管理的水平还处于相对较低的一个状态，这种状态下的客户关系管理工作也会相对混乱，进而难以发挥出效果。从我国的市场营销环境来看，目前还处于一个相对落后的状态，而且在我国的企业当中，客户关系管理的覆盖率相对较低，即使已经有一些企业应用了客户关系管理体系，也相对缺乏一些规范性的管理工作，而且具体的实施工作也没有专业化的指导。

1.2 分享信息的管理平台存在不足

另外，我国的一些企业的客户关系管理缺乏一定的信息分享管理平台，不能够根据客户的特性和需求来进行相关的服务，信息交流也不能达到标准化的要求。其实，企业进行客户关系管理工作的重要目的就是加强企业和客户之间的沟通和联系，并通过二者之间的信息交流和联系来对客户的要求进行分析，尽可能的满足客户的需要和市场的需要，进而促进企业的转型和提升核心竞争力。除此之外，还可以根据与客户之间的沟通，充分了解客户的需求，进而提高企业的服务能力。但是，现阶段企业的客户关系管理中的交流平台的建设还处于不完善的状态，难以有效的针对客户的多元化需求进行服务，也企业的发展带来了不利影响。

1.3 客户信息数据库的缺乏

建立一个完善的客户信息数据库是保证客户关系管理工作顺利进行的一个重要前提条件，但是我国企业的客户关系管理中，对于客户信息数据库的建立并没有十分重视，也处于一个起步阶段，这样一来，就导致客户关系管理工作的开展带来了阻碍，让企业的产品的生产缺乏一定的指导，同时也会给企业的营销管理带来负面影响。

二、关于解决措施的分析

针对前文提及的目前我国企业的客户关系管理存在的一些问题，笔者提出相关的有效解决措施，希望能为我国企业的客户管理建设尽绵薄之力。

首先，要不断加强对我国企业的客户关系管理的建设，对于一些发达国家的优秀客户管理经验要积极学习，以促进企业的长足进步。当今时代的市场经济和过去传统的市场经济有很大的不同，企业要根据客户的个性化的需求进行服务和产品的生产，这样才能推动企业的不断壮大。企业要清楚的认识到的，产品的质量已经不再是竞争的唯一标准，服务的质量也能影响企业的竞争力。客户关系管理是企业的服务体系的具体表现形式，这关系到企业的竞争力。为了适应时代的发展潮流，企业要积极学习企业客户管理的理论知识，并根据自身的发展实际，来进行实际的运用。

其次，要加强信息技术的应用，建立一个完善的信息资源的分享平台。现代社会处于一个信息爆炸的大数据时代，在这个时代，信息资源是共享的，建立一个信息资源分享平台，可以帮助企业的客户关系管理工作顺利的开展，也能够进一步加强企业和客户之间的信息共享和交流，可以让企业更加充分的了解客户的需求，进而生产出客户满意的产品。

最后，学习专业的客户信息数据库的相关理论知识，建立一个完善的客户信息数据库。客户信息数据库是客户关系管理中的重要组成部分，它可以在企业和客户进行沟通的时候，对客户信息进行搜集和管理，并在企业对多个客户进行沟通的时候，对客户的信息进行合理化分析，根据市场需求对企业的产品升级进行指导，这样一来，企业的竞争力的提高就有所保障。

三、结束语：

综上所述，企业需要适应新时期的市场经济的发展和变化，对自身的发展方向进行适当的改变，还需要不断运用现代的科技手段，加强企业营销管理工作，根据客户的个性化需要来提供相关的产品服务，不断提高自身的服务理念和服务态度。新时期的企业如果想要得到更广泛的发展和进步，就不能仅仅满足于提升产品的质量，还要对客户的需求进行分析以提高自身的服务水平，只有这样，才能促进企业的长足发展，让企业能够在未来的竞争中始终占据有利地位。

参考文献：

- [1]李巍.基于客户关系的A汽车公司上海市场4S店营销策略研究[D].首都经济贸易大学,2017.
- [2]胡万达.基于顾客关系管理的物流企业整合营销管理模式探讨[J].商业经济研究,2016(08):96-97.
- [3]肖静.基于客户关系管理角度的团购网营销管理——以某团购网站在乌鲁木齐市场为例[J].科技视界,2014(32):288+344.
- [4]朴泉,史娟.论企业管理中的市场营销管理——寻找客户需求,制定最佳解决方案[J].商,2013(15):13-14.