

# 军工企业客户关系管理与竞争对手差异化策略研究

刘小亮

中国电子科技集团公司第十研究所 四川成都 610036

**摘要：**在当今国际军事竞争态势加剧、军工市场环境日益复杂的背景下，客户关系管理与竞争对手差异化策略成为军工企业提升竞争力的关键要素。鉴于此，本文聚焦军工企业，深入剖析其客户关系管理与差异化策略的现状，揭示出在客户关系管理方面存在理念认知不足、客户信息管理不完善、服务质量有待提升及信息化建设滞后等问题；在差异化策略上，则面临实施深度不够、缺乏系统性、可复制性强及成本较高等挑战。研究进一步探讨了二者协同作用机制，并结合实际案例提出加强客户关系管理、深化差异化策略实施及强化协同的具体建议，为军工企业实现可持续发展提供理论支撑与实践指导。

**关键词：**军工企业；客户关系；差异化策略

## 引言

军工企业作为安全和基础建设的重要支撑，其发展不仅关系到实力，也影响着综合竞争力。在全球军事竞争日益激烈的背景下，军工企业面临着来自国内外竞争对手的巨大压力。客户关系管理作为企业获取竞争优势的重要手段，能够帮助军工企业更好地了解客户需求，提高客户满意度和忠诚度，从而在市场竞争中占据有利地位。差异化策略能够使军工企业在产品、服务、技术等方面形成独特的竞争优势，避免同质化竞争，提高市场份额和盈利能力。因此，研究军工企业客户关系管理与竞争对手差异化策略具有重要的理论和实践意义。

## 一、理论概述

### （一）客户关系管理理论

客户关系管理（CRM）是一种以客户为中心的经营理念和管理机制，旨在通过改进对客户的服务水平，提高客户的满意度和忠诚度，从而增强企业的核心竞争力。客户关系管理包含一整套解决方案，涉及客户信息的收集、分析、利用以及客户服务的全过程。在军工企业中，客户关系管理不仅有助于企业更好地满足客户需求，还能促进企业与客户的长期合作，实现互利共赢。

### （二）差异化策略理论

差异化策略是指企业通过在产品、服务、技术等方面形成独特的竞争优势，以满足不同客户的需求，从而在市场竞争中脱颖而出。差异化策略的实施途径包括产品差异化、服务差异化、技术差异化等。在军工企业中，差异化策略能够帮助企业避开激烈的价格竞争，提高产品的附加值和市场竞争力。

## （三）军工企业客户关系管理与差异化策略研究现状

目前，国内外学者对军工企业客户关系管理和差异化策略的研究取得了一定的成果。在客户关系管理方面，研究主要集中在客户信息管理、客户服务质量提升、客户忠诚度培养等方面；在差异化策略方面，研究主要集中在产品创新、服务创新、技术创新等方面。然而，现有研究大多侧重于理论探讨，缺乏对军工企业实际情况的深入分析和实证研究。

## 二、军工企业客户关系管理现状与问题

### （一）军工企业客户关系管理现状

#### 1. 客户关系管理意识逐渐增强

随着市场竞争的加剧，军工企业逐渐认识到客户关系管理的重要性，开始加强客户关系管理工作。一些军工企业建立了专门的客户关系管理部门，负责客户信息的收集、分析和利用，以及客户服务的组织和协调。

#### 2. 客户服务水平有所提高

军工企业在客户服务方面采取了一系列措施，如建立客户反馈机制、加强客户培训、提供技术支持等，提高了客户服务水平。一些军工企业还通过开展客户满意度调查，了解客户需求和意见，不断改进客户服务工作。

#### 3. 客户关系管理信息化建设取得一定进展

部分军工企业开始引入客户关系管理信息系统，实现了客户信息的集中管理和共享，提高了客户关系管理的效率和水平。通过信息化手段，军工企业能够更好地了解客户需求，及时响应客户问题，提供个性化的服务。

### （二）军工企业客户关系管理存在的问题

#### 1. 客户关系管理理念不够深入

虽然军工企业逐渐认识到客户关系管理的重要性，

但部分企业对客户关系管理的理念理解还不够深入，仍然将客户关系管理简单地理解为客户服务，忽视了客户关系管理的战略意义。

### 2. 客户信息管理不完善

军工企业在客户信息管理方面存在一些问题，如客户信息收集不全面、客户信息更新不及时、客户信息共享不充分等。这些问题导致军工企业无法准确了解客户需求，难以提供个性化的服务。

### 3. 客户服务质量有待提高

尽管军工企业在客户服务方面采取了一些措施，但客户服务质量仍然有待提高。部分军工企业的客户服务人员专业素质不高，服务意识不强，无法及时、有效地解决客户问题。军工企业的客户服务流程不够优化，服务效率低下，也影响了客户服务质量。

### 4. 客户关系管理信息化建设滞后

虽然部分军工企业引入了客户关系管理信息系统，但整体来看，军工企业的客户关系管理信息化建设仍然滞后。一些军工企业的信息系统功能不完善，无法满足客户关系管理的需求；一些军工企业的信息系统与其他业务系统集成度不高，导致信息孤岛现象严重。

## 三、军工企业竞争对手差异化策略现状与问题

### (一) 军工企业竞争对手差异化策略现状

#### 1. 产品差异化策略

部分军工企业通过在产品性能、质量、可靠性等方面进行创新，形成了独特的产品差异化优势。例如，一些军工企业在无人机领域专攻长航时、高载荷无人机技术，凭借先进的气动布局和动力系统，在大型察打一体无人机市场占据领先地位。

#### 2. 服务差异化策略

一些军工企业通过提供优质的售后服务和技术支持，赢得了客户的信任和好评。例如，一些军工企业建立了快速响应的维修保障团队，能够在短时间内为客户解决装备故障；有的企业则为客户提供定制化的装备升级方案，提升客户满意度。

#### 3. 技术差异化策略

部分军工企业加大了在技术研发方面的投入，形成了独特的技术差异化优势。如一些军工企业在隐身技术、航电系统集成技术等方面取得了重大突破，提高了产品的性能和竞争力。

### (二) 军工企业竞争对手差异化策略存在的问题

#### 1. 差异化策略实施不够深入

部分军工企业虽然采取了一些差异化策略，但实施不够深入，未能形成明显的竞争优势。如一些军工企业在产品差异化方面只是进行了简单的改进，缺乏核心技

术的突破；一些军工企业在服务差异化方面只是提供了一些基本的服务，未能满足客户的个性化需求。

#### 2. 差异化策略缺乏系统性

军工企业在实施差异化策略时，往往缺乏系统性，各个策略之间缺乏协同效应。例如，一些军工企业在产品差异化、服务差异化、技术差异化等方面各自为政，未能形成统一的差异化战略。

#### 3. 差异化策略可复制性强

部分军工企业的差异化策略容易被竞争对手模仿和复制，导致差异化优势难以持续。例如，一些军工企业承诺的售后服务标准，竞争对手很快也能达到甚至超过，使得差异化策略失去了原有的竞争力。

#### 4. 差异化策略成本较高

实施差异化策略往往需要投入大量的资金、人力和物力，导致成本较高。例如，一些军工企业为了实现产品差异化，加大了在研发方面的投入，但研发成果未能及时转化为市场竞争力，导致成本无法收回。

## 四、军工企业客户关系管理与差异化策略的协同作用

### (一) 客户关系管理为差异化策略提供依据

通过客户关系管理，军工企业能够深入了解客户需求和偏好，为差异化策略的制定提供依据。例如，军工企业可以通过客户反馈了解客户对产品性能、质量、服务等方面的需求，从而有针对性地进行产品创新和服务优化。

### (二) 差异化策略提升客户关系管理水平

差异化策略能够使军工企业在市场竞争中形成独特的竞争优势，提高客户满意度和忠诚度，从而提升客户关系管理水平。例如，军工企业通过提供个性化的产品和服务，能够满足客户的特殊需求，增强客户对企业的信任和依赖。

### (三) 客户关系管理与差异化策略相互促进

客户关系管理和差异化策略是相互促进的关系。有效的客户关系管理能够为差异化策略的实施提供支持，而差异化策略的成功实施又能够进一步提升客户关系管理水平。例如，军工企业通过客户关系管理了解客户需求后，制定差异化策略满足客户需求，客户满意度提高后又进一步促进客户关系管理工作的开展。

## 五、军工企业客户关系管理与差异化策略实施建议

### (一) 加强客户关系管理

#### 1. 树立以客户为中心的经营理念

军工企业应树立以客户为中心的经营理念，将客户关系管理纳入企业战略规划，明确客户关系管理的目标和任务。企业领导应高度重视客户关系管理工作，加强对客户关系管理工作的领导和支持。

## 2. 完善客户信息管理

军工企业应建立完善的客户信息管理系统，加强客户信息的收集、整理、分析和利用。企业应通过多种渠道收集客户信息，如客户反馈、市场调研、销售数据等，确保客户信息的全面性和准确性。同时，企业应加强对客户信息的保护，防止客户信息泄露。

## 3. 提高客户服务质量

军工企业应加强客户服务团队建设，提高客户服务人员的专业素质和服务意识。企业应建立完善的客户服务流程和标准，规范客户服务行为，提高客户服务效率。此外，企业还应加强对客户服务的监督和考核，及时发现和解决客户服务中存在的问题。

## 4. 推进客户关系管理信息化建设

军工企业应加大对客户关系管理信息化建设的投入，引入先进的客户关系管理信息系统，实现客户信息的集中管理和共享。企业应加强客户关系管理信息系统与其他业务系统的集成，打破信息孤岛，提高企业的信息化水平。

## (二) 深化差异化策略实施

### 1. 加强技术研发创新

军工企业应加大在技术研发方面的投入，加强与科研院所、高校的合作，共同开展技术研发工作。企业应聚焦核心技术领域，形成独特的技术优势，为产品差异化和服务差异化提供支持。

### 2. 实施产品差异化策略

军工企业应根据市场需求和客户偏好，对产品进行差异化定位。企业应从产品的形式、特色、性能、质量、耐用性、可靠性等方面进行创新，开发出具有独特竞争优势的产品。

### 3. 优化服务差异化策略

军工企业应加强售后服务和技术支持，建立快速响应的维修保障团队，为客户提供及时、高效的服务。企业还应根据客户需求，提供定制化的装备升级方案和培训服务，提高客户满意度。

### 4. 强化品牌差异化建设

军工企业应加强品牌建设，树立良好的品牌形象。企业应通过广告宣传、公关活动等方式，提高品牌知名度和美誉度。同时，企业应注重品牌文化的培育，传递企业的价值观和使命，增强品牌的吸引力和凝聚力。

## (三) 加强客户关系管理与差异化策略的协同

### 1. 建立协同机制

军工企业应建立客户关系管理与差异化策略的协同机制，加强两个部门之间的沟通和协作。企业应明确两个部门的职责和分工，建立信息共享平台，及时传递客户需求和市场信息。

## 2. 制定协同战略

军工企业应制定客户关系管理与差异化策略的协同战略，将两个策略有机结合起来。企业应根据市场需求和客户偏好，制定差异化的产品和服务策略，同时加强客户关系管理，提高客户满意度和忠诚度。

## 3. 开展协同营销

军工企业应开展协同营销活动，将客户关系管理和差异化策略融入到营销活动中。企业应通过个性化的营销方案，满足客户的特殊需求，提高客户的购买意愿和忠诚度。

## 结束语

在当下国际军事竞争与市场环境变化下，客户关系管理与差异化策略对军工企业至关重要。本研究发现，军工企业在客户关系管理上虽已行动，但理念、信息管理、服务及信息化等方面仍有不足；差异化策略实施也存在不深入、缺乏系统性等问题，导致竞争优势难持久。客户关系管理与差异化策略相互促进，企业应建立协同机制，融合二者以形成合力。展望未来，新兴技术为策略实施提供新手段，军工企业需积极探索应用。同时，国际竞争加剧要求企业持续挖掘潜力，培育独特优势。总之，客户关系管理与差异化策略研究实践是长期工程，军工企业需不断探索完善，以实现可持续发展，为国家安全和基础建设贡献力量。

## 参考文献

- [1] 黄杏. 新媒体时代A企业客户关系管理优化研究[D]. 湘潭大学, 2023.D
- [2] 葛蕾蕾.C企业客户关系管理研究[D]. 大连理工大学, 2021.
- [3] 唐丽娜. 工业水处理T企业客户关系管理优化研究[D]. 上海外国语大学, 2021.
- [4] 张蕊. 第三方物流企业客户关系管理研究[D]. 北京交通大学, 2014.
- [5] 郑科峰. 基于VB的电视台企业客户关系管理系统设计与实现[D]. 电子科技大学, 2014.
- [6] 陈大泉. 我国电信设备制造企业客户关系管理应用研究[D]. 天津大学, 2013.
- [7] 周丽月. 房地产开发企业客户关系管理相关问题研究[D]. 同济大学, 2008.
- [8] 连伟. 钢铁企业客户关系管理应用研究[D]. 大连海事大学, 2008.
- [9] 胡理增. 面向供应链管理的物流企业客户关系管理研究[D]. 南京理工大学, 2007.