

# 国营军工企业客户关系管理建议

谭 东

中国电子科技集团公司第十研究所 四川成都 610036

**摘要：**国营军工企业作为我国国民经济的重要组成部分，随着市场经济的发展和全球化进程的加快，国营军工企业在面对激烈的市场竞争和客户需求多元化的挑战时，传统的客户关系管理方法已无法满足现代企业发展的需要。因此，研究如何改进国营军工企业的客户关系管理，提升企业核心竞争力，具有重要的现实意义。本文章聚焦国营军工企业客户关系管理，通过剖析国营军工企业客户关系管理的特点、现状及存在的问题，结合军工行业特性与市场发展趋势，从战略规划、组织架构、技术应用、服务优化等多个维度提出系统性管理建议。旨在帮助国营军工企业提升客户满意度与忠诚度，增强企业市场竞争力，实现可持续发展，同时为推动军工产业高质量发展提供有益参考。

**关键词：**国营军工企业；客户关系管理；军工行业；客户满意度；可持续发展

## 引言

在全球科技快速发展、建设需求持续升级的背景下，国营军工企业作为建设的重要支撑，肩负着科技进步的重大使命。随着军工市场的逐步开放与竞争加剧，以及军民融合战略的深入推进，国营军工企业面临的市场环境日益复杂，客户需求也呈现出多样化、个性化的特点。传统的以生产为中心、重技术轻管理的经营模式，已难以适应新时代的发展要求。客户关系管理作为企业提升竞争力、优化资源配置、实现可持续发展的重要手段，在国营军工企业中的重要性愈发凸显。

有效的客户关系管理能够帮助国营军工企业更好地了解客户需求，提升产品与服务质量，增强客户满意度与忠诚度，从而在激烈的市场竞争中占据优势地位。然而，受体制机制、行业特性等因素影响，目前国营军工企业在客户关系管理方面仍存在诸多问题，如管理理念滞后、信息化水平不足、服务体系不完善等。因此，深入研究国营军工企业客户关系管理，提出针对性的优化建议，对推动国营军工企业转型升级、实现高质量发展具有重要的现实意义。

## 一、国营军工企业客户关系管理的特点

### （一）客户群体的特殊性

国营军工企业的客户群体局限，同时也涵盖部分民用领域的客户。对产品和服务有着严格的标准与要求。军工产品的采购决策通常基于特殊需求，采购流程严谨规范，涉及多层级审批，决策周期长且程序复杂。此外，军工客户对产品的安全性、可靠性、保密性要求极高，

任何产品质量或服务问题要求严格，这使得国营军工企业在与客户建立和维护关系时，需遵循更为严格的规范与标准。

### （二）业务关系的长期性与稳定性

军工产品研发、生产周期长，技术含量高，产品更新换代相对较慢，这决定了国营军工企业与客户之间的业务关系具有长期性和稳定性的特点。从武器装备的预研、研制，到生产、交付、维护保障，往往需要数年甚至数十年的时间，企业与客户在长期合作过程中形成了紧密的联系。稳定的客户关系不仅有助于企业持续获取订单，保障生产经营的稳定性，也有利于企业深入了解客户需求，开展针对性的技术研发与产品改进，实现与客户共同发展。

### （三）服务需求的综合性

国营军工企业的客户需求不仅局限于产品本身，还包括技术支持、维修保障、人员培训等全方位的服务。在武器装备交付后，企业需为客户提供长期的技术服务，包括装备的维护保养、故障维修、升级改造等，确保装备始终处于良好的运行状态，满足军事作战需求。同时，为客户提供专业的人员培训服务，帮助客户掌握装备的操作使用与维护技能，也是客户服务的重要内容。此外，随着军民融合的推进，民用客户对产品的个性化定制、售后服务响应速度等方面也提出了更高要求，这进一步凸显了国营军工企业服务需求的综合性特点。

## 二、国营军工企业客户关系管理现状及问题分析

### （一）管理理念相对滞后

部分国营军工企业受传统计划经济体制影响，管理

理念较为保守，仍以生产为中心，对客户关系管理的重要性认识不足。在经营过程中，过于注重产品技术研发与生产任务完成，忽视客户需求调研与分析，缺乏主动服务客户的意识。在与客户沟通时，往往处于被动状态，未能及时了解客户的潜在需求和意见反馈，导致产品和服务与客户实际需求存在一定差距，影响客户满意度和忠诚度的提升。

### （二）信息化水平有待提高

虽然部分国营军工企业已引入信息化管理系统，但在客户关系管理信息化建设方面仍存在诸多不足。现有的客户关系管理系统功能相对单一，主要集中在客户信息记录与订单管理等基础层面，缺乏对客户需求分析、市场预测、服务跟踪等功能的深度开发。各部门之间的信息系统相互独立，数据共享程度低，形成信息孤岛，无法实现客户信息的实时共享与协同处理，降低了客户关系管理的效率和质量。此外，大数据、人工智能等先进技术在客户关系管理中的应用较少，难以充分挖掘客户数据价值，为企业决策提供有力支持。

### （三）组织架构与流程不完善

国营军工企业的组织架构通常以职能划分，部门之间职责分工明确，但也存在沟通协调不畅、协同效率低等问题。在客户关系管理方面，缺乏专门的客户关系管理部门或岗位，客户服务工作分散在多个部门，导致客户问题处理流程繁琐，责任界定不清晰，容易出现推诿扯皮现象。同时，企业内部尚未建立完善的客户关系管理流程，从客户需求调研、产品设计开发、生产交付到售后服务，各环节之间缺乏有效的衔接与协同，无法为客户提供高效、优质的服务体验。

### （四）专业人才短缺

客户关系管理是一项综合性工作，需要既懂军工业务，又具备市场营销、管理、信息技术等多方面知识和技能的复合型人才。然而，目前国营军工企业在客户关系管理人才培养与引进方面存在不足。一方面，企业内部缺乏系统的客户关系管理培训体系，现有员工的专业知识和技能难以满足客户关系管理工作的需求；另一方面，受企业性质、薪酬待遇等因素影响，对外吸引优秀客户关系管理人才的能力较弱，导致专业人才短缺，制约了企业客户关系管理水平的提升。

## 三、国营军工企业客户关系管理优化建议

### （一）树立先进的客户关系管理理念

国营军工企业应突破传统“以生产为中心”的管理思维定式，将客户关系管理（CRM）提升至企业战略核

心地位。企业管理层需通过定期召开战略研讨会、制定专项发展规划等方式，明确客户关系管理在提升市场竞争力、保障军品供应稳定性中的关键作用。可建立“客户关系管理委员会”，由企业高层直接牵头，统筹协调跨部门资源。为推动理念落地，企业应开展分层次、多形式的培训活动：针对管理层，组织参加行业峰会和高端研修班，学习国内外先进CRM案例；对一线员工，通过情景模拟、角色扮演等互动式培训，强化服务意识。同时，利用企业内网、宣传栏、内部刊物等渠道，开展“客户至上”主题宣传活动，营造全员参与的文化氛围。在考核机制方面，构建以客户满意度（CSAT）、客户净推荐值（NPS）为核心的KPI体系，将CRM指标与员工绩效奖金、晋升通道直接挂钩，形成有效的激励约束机制。

### （二）加强信息化建设，构建智能化客户关系管理系统

加大在客户关系管理信息化建设方面的投入，引入先进的客户关系管理（CRM）系统，并结合军工企业实际需求进行定制化开发。完善系统功能，实现客户信息管理、需求分析、市场预测、销售管理、服务跟踪等全流程数字化管理。利用大数据技术对客户数据进行深度挖掘和分析，了解客户需求偏好、行为模式等，为产品研发、市场营销和客户服务提供精准的数据支持。引入人工智能技术，实现客户咨询智能应答、服务流程自动化等功能，提高客户服务效率和质量。同时，加强企业内部信息系统的整合与集成，打破信息孤岛，实现客户信息在各部门之间的实时共享与协同处理。

### （三）优化组织架构与管理流程

成立独立的客户关系管理部，作为企业与客户沟通的枢纽，明确其统筹客户全生命周期管理的核心职能。该部门需建立“客户经理制”，为重点客户配备专属服务团队，负责需求对接、项目跟进和关系维护。在跨部门协作方面，建立定期联席会议制度，与研发部门共同开展客户需求研讨，与生产部门协同制定交付计划，与售后部门共享客户反馈信息，形成“需求-研发-生产-服务”的闭环管理机制。流程优化需围绕客户体验进行重构：在客户获取阶段，建立标准化的潜在客户评估模型；在需求分析阶段，采用“双周需求例会”机制确保信息及时传递；在售后服务阶段，设立“24小时应急响应小组”，对重大故障实行“先解决问题，后追溯责任”的快速处理原则。同时，引入流程自动化（RPA）工具，对重复性工作（如合同审批、数据录入）进行智能化处理，

提升整体运营效率。

#### （四）加强专业人才培养与引进

制定完善的客户关系管理人才培养计划，建立内部培训体系。通过开展专题培训、案例分析、经验交流等活动，提升现有员工的客户关系管理知识和技能水平。同时，加强与高校、科研机构的合作，开展产学研联合培养项目，定向培养适应军工企业需求的客户关系管理专业人才。在人才引进方面，制定具有竞争力的薪酬福利政策和职业发展规划，吸引外部优秀的客户关系管理人才加入企业。建立科学合理的人才激励机制，为人才提供良好的工作环境和发展空间，激发人才的工作积极性和创造力，打造一支高素质的客户关系管理人才队伍。

#### （五）强化客户需求管理

加强客户需求调研工作，建立多渠道的客户需求收集机制。通过定期走访客户、开展问卷调查、组织客户座谈会等方式，深入了解客户的需求和意见建议。利用信息化手段，实时收集客户在产品使用过程中的反馈信息，及时掌握客户需求动态变化。加强对客户需求的分析与研究，结合企业技术实力和发展战略，将客户需求转化为产品研发和服务改进的具体要求，为客户提供更符合需求的产品和服务。例如，针对客户对武器装备智能化、信息化的需求，加大相关技术研发投入，推出满足客户需求的新型装备。

#### （六）完善售后服务体系

建立健全售后服务体系，提高售后服务质量和水平。加强售后服务团队建设，配备专业的技术人员和服务人员，为客户提供及时、高效的技术支持和维修保障服务。建立售后服务网络，在重点区域设立售后服务站点，缩短服务响应时间，提高服务覆盖率。加强对售后服务过程的管理和监督，建立售后服务质量评价机制，定期对售后服务工作进行评估和改进。同时，注重与客户的售后沟通与互动，及时了解客户对售后服务的满意度和意见建议，不断优化售后服务流程和服务内容，提升客户对企业的信任度和忠诚度。

#### （七）推动军民融合，拓展客户群体

成立军民融合事业部，统筹民用市场开发与客户关系管理。在技术转化方面，梳理军工企业现有技术成果，筛选具有民用价值的项目，如军用无人机技术转为民用测绘、军用通信技术应用于应急救援等。针对民用客户

需求特点，建立差异化服务策略：（1）政府客户：组建政企合作专项小组，参与智慧城市、公共安全等项目投标，提供定制化解决方案。（2）企业客户：建立“大客户俱乐部”，定期举办行业沙龙和技术交流会，深化合作关系。（3）终端消费者：搭建电商平台和线下体验店，通过会员体系和积分制度提升用户忠诚度。同时，引入民用市场成熟的营销工具（如用户画像、精准营销），结合军工企业严谨、可靠的品牌形象，打造具有市场竞争力的民用产品和服务体系。

#### 结束语

综上所述，在新时代背景下，客户关系管理已成为国营军工企业提升竞争力、实现可持续发展的关键因素。尽管国营军工企业在客户关系管理方面面临诸多挑战，但通过树立先进的管理理念、加强信息化建设、优化组织架构与流程、培养专业人才、强化客户需求管理、完善售后服务体系以及推动军民融合等一系列措施的实施，能够有效提升企业的客户关系管理水平。未来，随着军工行业的不断发展和市场竞争的日益激烈，国营军工企业需持续深化客户关系管理，不断创新管理模式和服务方式，以满足客户日益多样化、个性化的需求，增强客户满意度和忠诚度，在保障安全的同时，实现企业经济效益与社会效益的双提升，为推动我国军工产业高质量发展贡献力量。

#### 参考文献

- [1]周辉,杨雯.军工企业以客户为中心的全价值链服务文化建设探析——以中国航天科工二院二十五所为例[J].新西部,2018,(16):76-78+67.
- [2]罗旋.客户关系管理在军工企业发展中的新认识[J].科技与企业,2014,(14):80.DOI:10.13751/j.cnki.kjyqy.2014.14.081.
- [3]汤海燕.军工企业客户关系管理系统框架分析与思考[J].现代经济信息,2014,(10):107.
- [4]高艳玲.军工企业体系下的企业客户关系管理研究[J].现代商业,2011,(33):156-157.DOI:10.14097/j.cnki.5392/2011.33.066.
- [5]徐清河.军工科研院所企业级客户关系管理系统建设实施要点[J].中国管理信息化,2009,12(05):79-82.