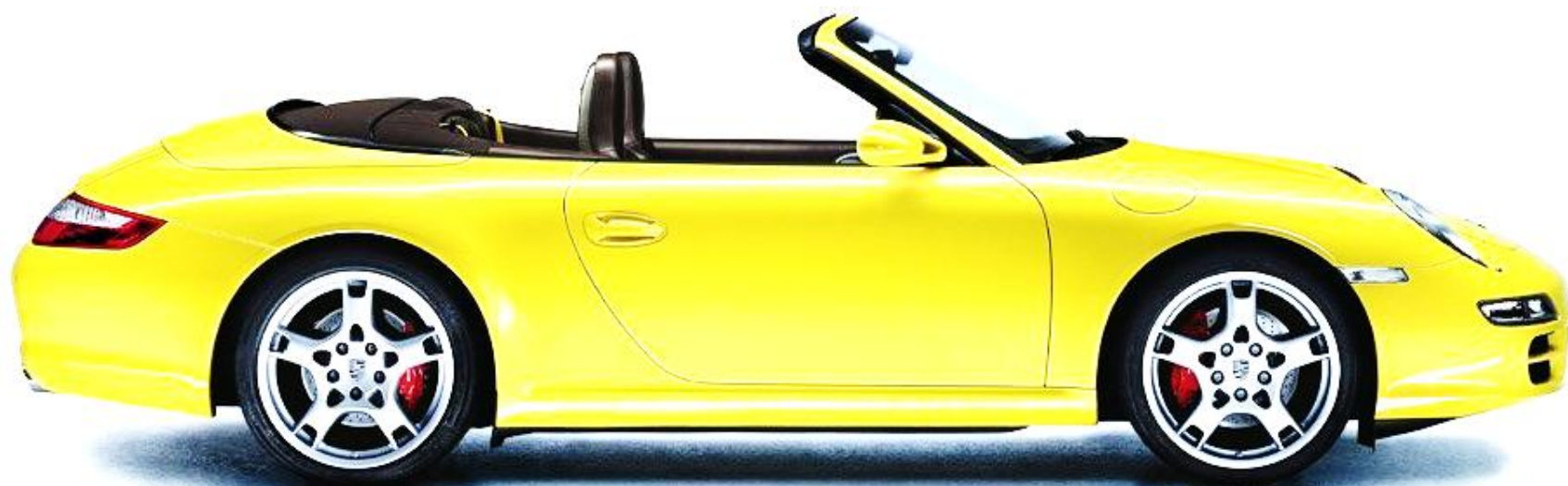


# 汽车电子商务

## 基于信息化系统的客户关系管理



# 学习单元四 基于信息化系统的客户关系管理的操作

## 单元学习目标

希望通过本单元的学习，学生能够掌握CRM的核心管理思想，能在企业实施CRM软件；能够熟悉汽车企业客户关系管理的体系结构和应用层次。



# 学习任务一 客户关系管理系统的介绍

## 任务描述

如果你是一名汽车销售公司的销售顾问，你该如何进行顾客客户关系管理，你知道客户关系管理系统吗？



# 学习任务一 客户关系管理系统的介绍

## 学习目标

- ◎ 了解客户关系管理的基本概念、内容和内涵。
- ◎ 了解客户关系管理系统的基本功能、实施及应用。
- ◎ 了解客户关系管理系统在现代汽车服务领域的应用。
  - ◎ 掌握客户关系管理的基本概念、内容和内涵。
    - ◎ 掌握CRM的核心管理思想。
    - ◎ 掌握企业在实施CRM时的注意事项



# 学习任务一 客户关系管理系统的介绍

## 学习准备

### 知识点

- 1、客户关系管理定义
- 2、CRM的八大基石
- 3、CRM的核心管理思想
- 4、实施CRM需要注意的问题

### 技能点

理解CRM是与企业竞争力的关系



# 学习任务一 客户关系管理系统的介绍

- 1、 什么是客户关系管理？
- 2、 CRM的八大基石包含哪些内容？
- 3、 CRM的核心管理思想主要包括哪些方面？
- 4、 实施CRM对汽车企业有哪些好处？
- 5、 企业实施CRM需要注意哪些问题？



# 相关知识一 基于信息化系统的客户关系管理

## 1.1 客户关系管理的概念

简单地说，客户关系管理(CRM——Customer Relationship Management)是一种通过详细管理企业与客户之间的关系，选择、保留最有价值客户并将客户盈利率最大化的商业策略。

CRM的内涵是指企业利用IT技术和互联网技术，通过向企业的销售、市场和服务等部门和人员提供全面、个性化的客户资料，有效管理与客户的长期良好关系，为其量身定制相应的服务或产品，满足客户个性化的需求，并强化跟踪服务，实现对客户的整合营销，是以客户为核心的企业营销的技术实现和管理实现。

# 相关知识一 基于信息化系统的客户关系管理

## CRM的八大基石

世界知名的咨询公司Gartner提出了CRM的八大基石(Building Blocks)，包括CRM视角、CRM战略、有价值客户体验、组织协作、CRM流程、CRM信息、CRM技术、CRM度量标准。

CRM的本质是营销管理

CRM的本质是营销管理，是一种以客户为导向的企业营销管理的系统工程。

CRM的核心管理思想

CRM的核心管理思想主要包括以下几个方面：

- (1) 客户是企业生存发展的中心
- (2) 全面管理企业与客户之间的各种关系
- (3) 进一步延伸企业供应链管理



# 相关知识一 基于信息化系统的客户关系管理

## 1.2 实施CRM是提高企业竞争力的有效手段

### 1. CRM是汽车企业在“客户导向”时代不可或缺的系统和方法

CRM是一种“以客户为中心”的非常重要的系统和方法，“能帮助企业保留住已有的客户、发展新的客户、密切与客户的联系并了解他们的新需求，决定今后新产品的开发方向。

### 2. CRM有助于提高汽车的销售量

CRM系统能对客户信息进行跟踪管理，促进客户与企业之间的交流互动，便于企业作出更及时的反应，以最大限度地满足客户需求。

### 3. CRM能够提高售后服务满意度

### 4. CRM有助于加强汽车营销渠道管理

渠道对于汽车业来说，具有举足轻重的作用，因为汽车的销售及服务都离不开渠道。只有把渠道处理好了，实现生产厂家与渠道商之间的共赢，厂家的利益才能够真正得到保证。

# 相关知识一 基于信息化系统的客户关系管理

## 1.3 实施CRM需要注意的问题

客户关系管理是从经营理念、组织架构、客户战略、企业流程、信息化规划和绩效等各个方面对企业进行的变革，它直接影响了一个企业的经营运作。如何控制CRM项目的风险，提高CRM项目的成功率，是目前国内IT界和准备使用CRM系统的企业所面临的共同课题。

今后，企业实施客户关系管理这样一个相当复杂的系统工程，又需要注意哪些问题呢？

1. 取得企业高层管理者的理解与支持
2. 确立合理的客户关系管理项目实施目标
3. 卓越的管理是CRM系统成功实施的基础
4. CRM以企业信息系统(如ERP)作为应用基础
5. 客户关系管理的重心是高价值的客户

## 学习任务二 汽车企业的客户关系管理系统的操作

### 任务描述

如果你是一名汽车销售公司的销售顾问，你知道汽车客户关系管理系统在公司的哪些方面上应用吗？



## 学习任务二 汽车企业的客户关系管理系统的操作

### 学习目标

- ◎ 了解汽车企业客户关系管理的基本概念和内涵。
  - ◎ 了解客户关系管理系统的基本功能。
- ◎ 了解客户关系管理系统在现代汽车服务领域的应用。
  - ◎ 能够熟悉汽车企业客户关系管理的体系结构。
  - ◎ 能够掌握汽车企业客户关系管理的应用层次。



# 学习任务二 汽车企业的客户关系管理系统的操作

## 学习准备

### 知识点

- 1、 广义上的CRM系统
- 2、 客户关系管理系统的功能
- 3、 汽车业CRM应用的四个层次
- 4、 汽车企业CRM系统总体设计
- 5、 上海通用的客户关系管理

### 技能点

能通过上海通用的客户关系管理来理解汽车企业CRM系统的设计要素



# 学习任务二 汽车企业的客户关系管理系统的操作

## 计划与实施

### 一、明确任务

- 1、根据学习任务，分小组学习关于汽车企业的客户关系管理系统的相关知识。
- 2、学生分组完成教师指定的企业CRM系统信息收集与分析工作，然后以组为单位讨论各CRM系统的异同，最终以作业形式上交，经过评价选择，教师从优挑选2组进行CRM系统的介绍和推荐演习。



# 学习任务二 汽车企业的客户关系管理系统的操作

## 计划与实施

### 二、制订计划

根据工作任务全班学生每6人为一组，各小组讨论制订出完成任务的计划方案，明确小组人员角色分工及任务安排。

### 三、作出决策

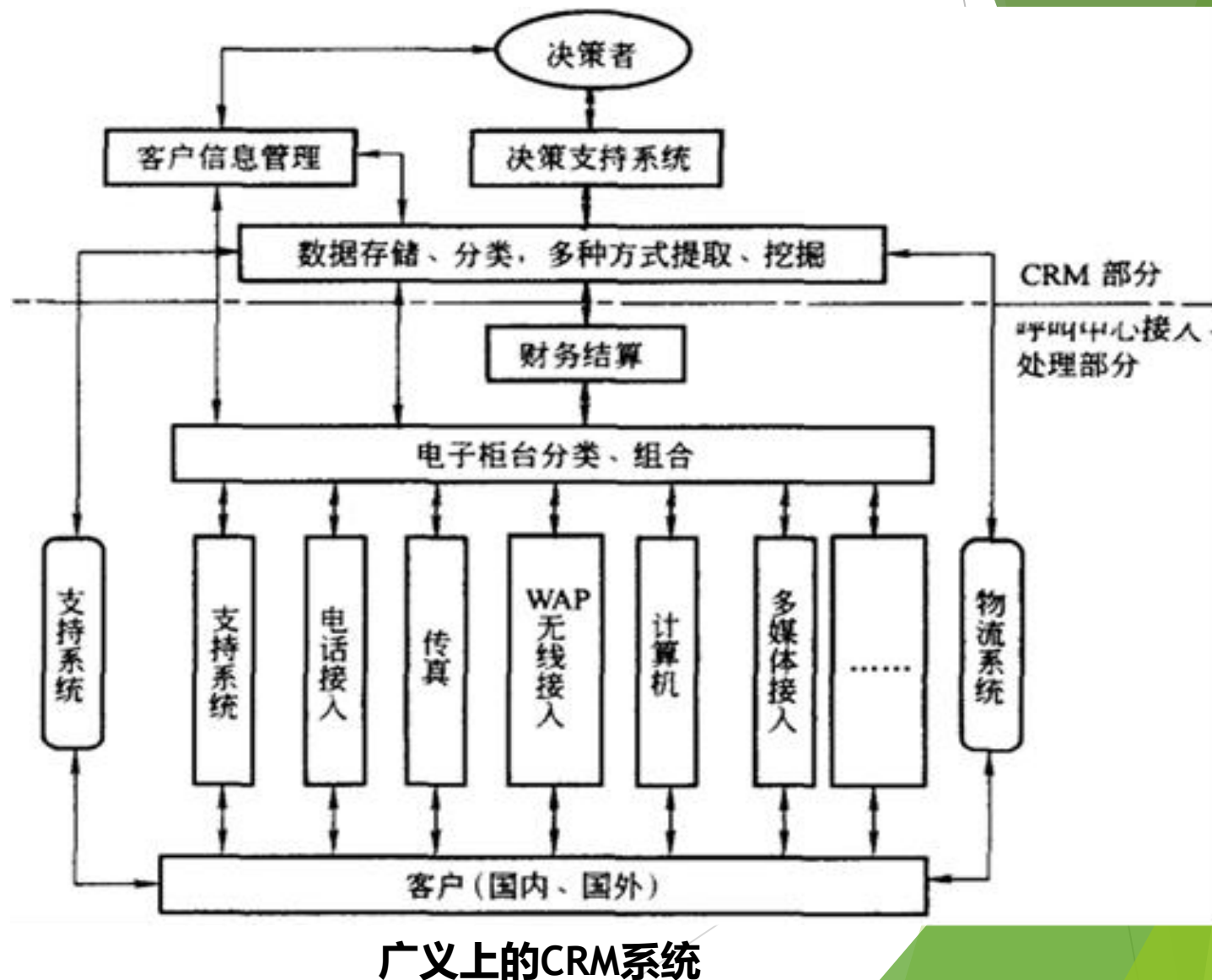
各小组讨论其计划方案的可实施性并确定最终的任务完成方案，制定详细的人员分工与实施步骤，必要时请教师指导修正。



## 相关知识二 基于信息化系统的客户关系管理

### 1.1 客户关系管理系统概述

从物理结构上说，客户关系管理是一套智能化的信息处理系统；从功能上说，它是将企业的经营、管理导向“以客户为中心”的一套管理和决策方法。





# 相关知识二 基于信息化系统的客户关系管理

## 1.2 客户关系管理系统的功能

CRM系统的基本功能包括客户管理、营销管理、销售管理、员工管理、合作伙伴关系管理，还包括客户服务中心、知识管理、商业智能、电子商务和协同工作等。

## 1.3 汽车业CRM应用的四个层次

独立咨询专家叶开撰文指出：可将国内汽车业的CRM应用分为四个层次，每个层次又因为不同的角色分为多种特色的实践，即使是同一层次同一角色也会因为具体的企业环境和管理因素而体现出不同的CRM需求。

## 相关知识二 基于信息化系统的客户关系管理

四个层次：1．基于呼叫中心的客户服务

2．客户信息管理与流程管理

3．客户细分与客户价值、客户满意度与忠诚度

4．企业价值链协同

### 1.4 汽车企业CRM系统总体设计

#### 1．实施CRM的管理策略

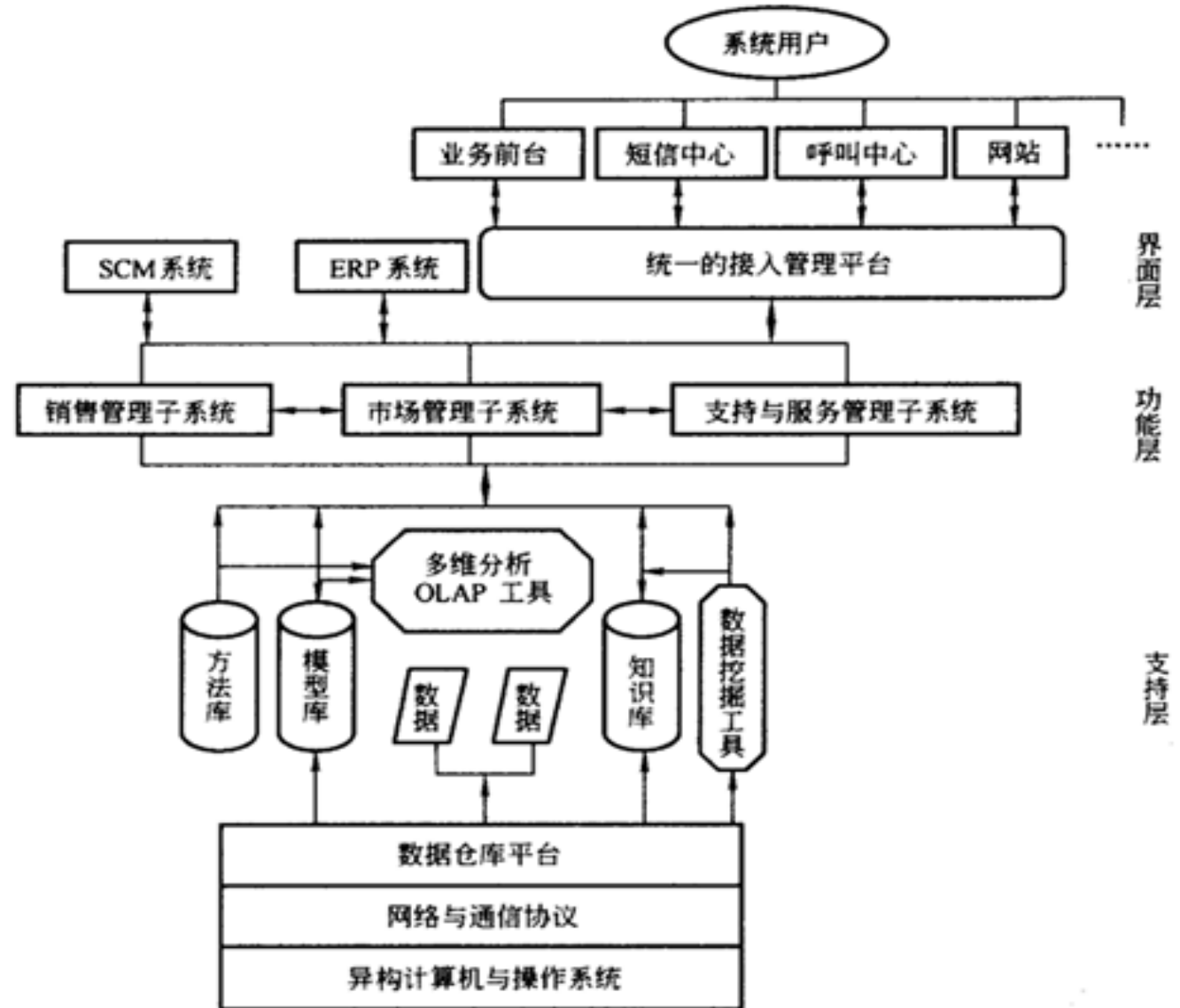
从CRM的概念和内涵中可以看出，企业实施CRM应从两方面入手：一是基于CRM理念的企业管埋，二是CRM的技术和管理软件。

#### 2．CRM系统的体系结构设计

根据汽车企业的一般业务功能和流程，整个汽车CRM系统在结构上可以分为三个层次：界面层、功能层和支持层。

# 相关知识二 基于信息化系统的客户关系管理

## CRM系统的体系结构



## 相关知识二 基于信息化系统的客户关系管理

### 1.5 上海通用的客户关系管理

#### 1.5.1 公司概况

上海通用汽车有限公司(简称“上海通用”)成立于1997年6月,是由上海汽车工业(集团)总公司和美国通用汽车公司各投资50%组建而成的我国最大的中美合资企业,总投资为15.2亿美元。

上海通用目前已拥有凯迪拉克、别克、雪佛兰以及萨博四大品牌,形成凯迪拉克CTS、凯迪拉克SRX、凯迪拉克XLR;别克荣御轿车、别克君越轿车、别克君威轿车、别克GL8商务公务旅行车系列、别克凯越系列;雪佛兰景程轿车、雪佛兰LOVA乐风轿车、雪佛兰乐骋轿车、雪佛兰赛欧紧凑型轿车;萨博9.3运动型轿车、萨博9.3高档敞篷轿车、萨博9.5运动型高档轿车等十八大系列近六十个品种的产品矩阵。

## 相关知识二 基于信息化系统的客户关系管理

### 1.5.2发展背景

上海通用在中国市场取得快速发展的同时，一直把推进企业信息化建设作为一项重要的使命，把它作为提升企业核心竞争力的重要内容。早在1998年，上海通用就已经开始应用计算机实现有关客户信息的收集与管理，并积累了极为丰富的客户信息。

### 1.5.3系统目标

上海通用客户关系管理系统的主要目标包括以下三个方面：

- (1)潜在客户开发。
- (2)潜在客户管理。
- (3)客户忠诚度管理。

## 相关知识二 基于信息化系统的客户关系管理

### 1.5.4实施过程

上海通用的客户关系管理项目是分成以下四个阶段进行的。

#### 1.客户信息整合阶段

完整、准确的客户信息是客户关系管理系统有效运营的基本保障。上海通用原有的大量客户信息或由于分散管理，或由于没有及时更新，变得残缺不全，无法适应客户关系管理的需要。所以，在实施客户关系管理的过程中，整合客户信息，形成完整、准确的客户信息数据库，是一项十分重要，也是极为复杂的工作。

#### 2.业务流程整合阶段

这一阶段主要是针对公司服务客户的业务流程混乱、服务职能交叉和服务效率低下的情况进行展开的。上海通用优化和整合了原有的客户服务中心、大客户销售代表、零售商以及市场营销活动的业务流程，使这些部门既能协同工作，又能显著地提高工作的效率。

## 相关知识二 基于信息化系统的客户关系管理

### 3. 客户接触渠道的拓展阶段

这一阶段的主要任务是开拓和强化客户与公司的交互接触功能，实现客户信息的多点采集机制。

### 4. 客户信息资源分析、挖掘阶段

这一阶段主要是对客户关系管理系统中所采集的各种客户信息进行分析，将客户分门别类，进行市场细分，并通过使用数据库与数据挖掘等工具分析客户对上海通用汽车产品以及服务的反应，分析客户满意度、忠诚度和利润贡献度，以便更为有效地赢得客户和保留客户。

## 相关知识二 基于信息化系统的客户关系管理

### 1.5.5百车通服务

百车通服务是上海通用客户关系管理系统的重要组成部分，它是客户进行在线注册和进行网上产品订购的业务平台，也是上海通用获取客户信息、提供客户服务的重要渠道。百车通服务站点是由惠普咨询负责建设的，它的主要目的是通过互联网为上海通用的最终客户、经销商、市场营销人员和专业管理人员提供全方位、多角度的服务支持。

#### 1.实施步骤

作为客户关系管理的有机组成部分，百车通服务是按照“整体设计、分布实施”的原则，充分考虑当前用户习惯和中国汽车营销的环境形式情况进行建设的，具体分成三个步骤：

(1)第一步，实现上海通用个性化网上售车下订单流程，实现与客户关系管理系统的集成，客户在网上浏览、搜索、配置适合个人需要的车辆，即可在网上下订单，由客户关系管理系统跟踪订单；



## 相关知识二 基于信息化系统的客户关系管理

(2)第二步，实现与上海通用后台生产系统的集成，使客户的订单自动分配到相应上海通用的经销商；

(3)第三步，实现与上海通用授权服务商管理系统的建成，达到整个B to C网上服务业务流程的自动化。

### 2.服务功能

作为具有国际先进水平的汽车电子商务网站，百车通站点具有较为完善的服务功能，主要包括以下方面。

(1)汽车形象展示。

(2)汽车信息发布。

(3)经销商查询。

(4)在线服务支持。

## 相关知识二 基于信息化系统的客户关系管理

### 1.5.6案例评析

上海通用是我国汽车工业的“新贵”，卓越的品质、富有号召力的品牌、完善的客户服务、“以市场为导向，以客户为中心”的经营理念使其在短短数年一举成为中国最有竞争力的汽车制造商之一。

从上海通用客户关系管理发展和应用的案例，我们可以得到以下几个方面的启示。

- 1、实施客户关系管理是提高客户满意度和忠诚度的“利器”，也是提高企业经营效率和经济效益，进而增强企业市场适应能力和竞争实力的重要举措。
- 2、客户关系管理不仅仅是一个时髦的概念，而是通过现代信息技术的综合应用，为客户提供方便、快捷、全方位、多功能的专业服务，以加强企业与客户的沟通和了解，提高客户服务的能力、效率和水平。

## 相关知识二 基于信息化系统的客户关系管理

- 3、实施客户关系管理是一项复杂的系统工程，选择合适的合作伙伴至关重要。
- 4、客户关系管理系统是一个综合性的系统，要做到呼叫中心、企业网站以及其他渠道采集的信息的有机集成，防止新的信息“孤岛”的形成，切实提高客户关系管理的效果。
- 5、学习和培训是保证客户关系管理系统有效运作的重要条件，因为客户关系管理系统的实施会对原有的业务运作方式带来冲击，会对相关人员的利益带来一定的影响，公司的高层一定要有决心和信心，支持和推动客户关系管理系统的实施，并通过系统的学习和培训，为客户关系管理系统的应用创造理想的发展环境

END