# 任我行客户关系管理软件分析[精选多篇]

来源：网络 作者：暖阳如梦 更新时间：2025-05-10

*第一篇：任我行客户关系管理软件分析任我行客户关系管理软件分析一、软件简介任我行CRM，是集CRM、OA、OM、HR、KM一体化的集成软件系统CRM——客户关系管理OA——办公自动化 OM——目标管理 HR——人力资源 KM——知识管理通过...*

**第一篇：任我行客户关系管理软件分析**

任我行客户关系管理软件分析

一、软件简介

任我行CRM，是集CRM、OA、OM、HR、KM一体化的集成软件系统CRM——客户关系管理OA——办公自动化 OM——目标管理 HR——人力资源 KM——知识管理通过建立组织运营管理铁三角（企业文化-知识复制-目标行动），一切围绕以客户为中心的全方位、透明化的业务管理（市场-销售-生产-服务），打造企业组织运营的高效协同管理平台。

二、功能介绍

任我行CRM包含了4大功能及应用：

1、业务管理标准化：客户管理-销售管理-服务管理-流程管理 ——打造透明化、全方位的业务管控平台加速客户成交周期客户关怀提升客户满意度精准营销工具邮件群发和短信群发，让企业不缺客户建立流水线业务流程控制，让事情卡在哪里不做都不行建立完整的客户中央数据库，离职不用交接。

2、工作模式标准化：目标管理打造一切围绕目标的协同执行系统，让执行过程透明化，100%执行到位。让员工知道“做什么－怎么做－做到什么程度” 让主管知道“管什么－怎么管－管到什么程度”。

3、知识体系标准化：人才复制系统-管理复制系统建立人才培训复制系统，相当于24小时开放的图书馆，让新人提速3倍，老员工快速成长建立像麦当劳一样的管理复制系统，相当于管理的孵化器，人在有改善、人走无影响。

4、文化建设标准化：企业文化网上输出和训练平台“笔杆子里面出政权”，建立企业文化训练平台，让员工天天被训练给一把手提供企业价值观传播的平台，让一把手声音无处不在 本着“复杂问题简单化、简单问题流程化、流程问题标准化、标准问题信息化”的思路，帮助企业实施规范化管理，实现“继管清楚帐后的第二次运营管理革命”。让企业高效协同、自动运营，让领导人轻松解脱，随时随地借助手机、平台电脑等上网工具掌控公司、随时随地处理各种审批，《每周只到公司一天》，从而实现真正的“局外管理”，让标准化建设和IT工具成为企业的战略资产。

三、软件的流程

企业成功实施CRM五个步骤：

第一步:理念导入

理念导入主要包括组建实施小组、确定人员和时间、项目动员和CRM理念培训。其中CRM的理念培训是实施中的重要价值点。“以客户为中心”的管理方式，将客户而非产品放在企业核心竞争力的位置上，企业要能够真正应用好CRM系统，必须首先从理念上了解、接受和认识这一点。

第二步：业务梳理

业务梳理是系统实施的重要步骤和控制实施周期的关键点。通过流程分析，CRM的咨询顾问可以了解企业现有的经营状况及工作方式，提炼出市场、销售、服务中各环节的关键点控制点，暴露出隐藏的问题。同时，咨询顾问可充分发挥“第三方”的优势，提出个性化的实施建议，并对实施中可能出现的阻力做充分准备，是进行下一个步骤“方案设计”的基础。

第三步：流程固化

流程固化的重点是在调整和优化原有工作流程的基础上，建立基于的CRM系统、规范的、科学的、以客户为中心的企业运营流程。在方案设计过程中，CRM咨询顾问将运用在相关行业的成功实施经验，根据在业务梳理过程中总结有关信息，重新进行流程规划调整。

第四步：系统部署

系统部署主要完成正式启用系统的数据准备工作。在系统部署过程中，咨询顾问将根据方案设计中规定的企业运营流程、工作传递关系、企业组织结构以及企业经营产品的特点等将基础数据录入或导入到系统，指导企业建立协调统一的信息标准(或参照ISO标准)。系统部署由咨询顾问和企业内部的CRM项目负责人共同完成，确保知识传递。

第五步：应用培训

在应用培训阶段，CRM认证讲师根据《实施方案》，结合应用流程对企业工作人员提供培训。通过培训，企业员工能够很快熟悉系统，了解自身工作在系统中的角色及如何利用系统提高工作效率，使系统得以尽快投入到实际工作中，解决现有的问题，加强工作协调。

四、主要客户分布及特点

任我行CRM主要客户分析

9%

五、软件的不足

1、技术方面：

首先，CRM是IT软件服务系统一部分的，这一点毋庸置疑，但是，我想假如没有好的硬件的支撑的话，一个再好的CRM的软件，也不会有好多效果，一个年久失修的服务器，一个不给力的网络服务系统，给CRM实施带来很大的困难，这说明CRM是依赖性比较强的软件。

其次，数据对于任何的IT服务都是至关重要的一个因素，因此一个企业在数据质量的高低上，决定能否顺利的上一些好的系统，CRM也不例外，在依靠人力输入客户资料以及有关销售的信息时，难免会出现错误，可是到目前为止，没有任何一家的CRM系统中可以自动的修复更正数据这也是CRM不完美很重要的一方面，其实这跟第一点提到的，提高企业人员的素质仍旧是关键。

2、管理方面：

第一，企业内CRM应用，应该是一个CRM program(客户关系管理计划)，而不是一个简单的CRM项目，应该是一组CRM项目的集合，并且需要长期在企业的各个层中灌输“以客户为中心”的管理思想。最终达到了解顾客，细分顾客，为不同顾客提供客户化的服务，通过顾客需求满足的最大化，以实现组织收益的最大化。

第二，公司应用CRM的目的不纯。许多公司利用CRM来猎取客户，而不是恳切地争取客户。不同行业、同行业的不同公司，以及同一公司的不同客户对客户关系都有着不同的要求，而管理者们在实施CRM计划时往往忽略这些，结果惹烦了那些潜在的客户。因此企业应该用积极的客户策略来应用CRM。

第三，多数企业是推出CRM计划在前，调整组织结构在后。他们通常会忽视在投资CRM技术之前先对内部结构和制度进行改革的必要性，而这就像不把墙壁磨光就试图重新粉刷一样，效果注定比原来更糟。

综上，一家公司的成败绝不是因为有了CRM系统就可以决定的，我们不能否认CRM的巨大作用，但CRM应用必须很好的服务于企业愿景，并长期贯穿于企业的营销活动之中。为达成这一目标需要企业全体人员积极配合，共同探索和完善CRM系统。

六、意见和建议

1、意见：

任我行-协同CRM的管理宗旨是每周只道公司一天，那公司的员工一定很少接触，通过电脑或电话不足以深入了解公司员工，由于缺乏沟通和了解可能在一定程度上阻碍公司的发展。

任我行-协同CRM管理软件让我们更依赖高科技设备，而随着科技的发展进入他人的电脑窃取资料也变得容易，常使用该软件也许会使公司一些资料流失。

2、建议：

（1）和商业智能集成鉴于当前经济形势，CRM领域出现了专业化的趋势，所以企业除了通过削减成本来应对经济衰退外，另一种常见的对策是更加注重销售效果和企业员工的执行力。企业应该重视销售信息的分析、细分、规划和最佳实践工作流程，改善成功率。

（2）后台式管理，保证数据安全

客户数据对于一个企业来说的重要性，是每个做企业的老板们都知道的，如果这些数据不能保证在自己的企业内部，后果和担心是每个企业家们都想到的，所以拥有一套CRM系统，同时自助管理这套系统的所有数据，并保证数据安全是每个有一定影响力或者需要行业同不断扩张的企业想做到的，而这一点，有技术支持到每一个企业用户。帮助企业更好更安全的实施CRM系统。

（3）CRM成为一种服务

软件即服务已经成为一种新的趋势，而其中最为成功的就是CRM。目前，大多数企业开始意识到要持续发展，就必须有自己可控的CRM系统，一次付款买入一套完全属于自己的系统，并厂商每半年免费为用户升级。

（4）移动CRM市场启动

移动CRM（客户关系管理）是一种利用现代移动终端技术、移动通讯技术、计算机技术等现代科技实现在移动中也能过完成通常要在办公室里才能过完成的客户关系管理任务。移动CRM系统具有传统CRM系统无法比拟的优越性。移动CRM 系统使业务软摆脱时间和场所局限，随时进行随地与公司业务平台沟通，有效提高管理效率，推动企业效益增长。

5.虚拟化波及CRM

虚拟化CRM技术目前运用的厂商并不多，有待大家的期待的研究，希望任我行企业能研究出来。

2024/11/13

**第二篇：Salesforce客户关系管理软件使用报告**

Salesforce CRM使用报告

周远川

Salesforce客户关系管理软件使用报告

市场营销1302 周远川

一、Salesforce CRM系统的主要功能

Salesforce主页按照横向分布8个主要功能模块：事件搜索引擎、仪表板、我的任务、日历、市场活动、潜在客户、客户信息、业务机会

1.事件搜索引擎

在搜索栏可以根据在Salesforce上历史任何操作过的历史痕迹搜索出来，搜索栏右边会显示最近加入公司的用户，并且曾经建立过关键事件也能有效地提醒。

2.仪表板

显示已建立好的不同历史分析数据报表，还可以根据自身不同的喜好可以更改6种不同的显示风格。

3.我的任务

按照传统表单显示方式，事件完成情况、事件日期、主题、事件关键人物和相关项信息。

4.日历

通过日历进行规划会议进程，对未来7天作为一个单元把单元内的会议计划提醒。特别重要会议计划，系统会用高亮度的颜色字体标注，达到把使用者关注度提高的效果。

5.市场活动

市场活动模块主要以市场活动进行规划整个公司以及个人的整体市场营销活动的核心轴。把客户归类为潜在客户与已有客户，根据两种客户不同的特质通过最近市场活动与市场类报表给用户一个直观的数据分析，从而能够有效地制定相对应营销策略。

6.潜在客户

潜在客户是一个公司隐形资产，合理的挖掘一些具有潜力的客户将会给公司

/ 4

Salesforce CRM使用报告

周远川

带来可观的经济效益。潜在客户一般分为两大类，其中一类为已有来往的潜在客户，另一种是暂无来往的潜在客户。

Salesforce里面通过报表显示的形式会把潜在客户列出有效期作为提醒市场营销人员何时需要对潜在客户再次拜访维护客户关系，系统按照来源归类潜在客户，给用户带来更加显著拜访计划信息获取效应。

其中已退回潜在客户模块给市场营销一个深刻反省，为何潜在客户会拒绝我们公司的一些产品介绍或者回绝我们公司的产品，为以后我们公司制定潜在客户沟通方法有意义

7.客户信息

用于记录客户最近的相关业务信息。业务活动纪录中的资料可以更新到这里来。

8.业务机会

追踪一直是客户关系管理中的难点。在跟客户的沟通中发现，很多用户都会在第一时间询问业务机会如何在CRM中进行追踪与管理。

二、Salesforce CRM系统建议改进或完善的地方

1.应用系统

如何与大型企业各项业务系统作连接与结合，在大数据时代，中小企业逐渐的向大型企业靠拢，形成更加紧密的战略营销群体，或者换个说法，大型企业将会不断地收归一些中小型企业形成树形管理机制，数据开源与差异化后台管理，是未来与Salesforce CRM同类需要考虑改革的方向。

2.系统操作

在使用过程中，发现各系统操作是相互联系的，但同时也是分离的，例如在新建客户时，会出现必须要填写的联系人，母公司等信息填写，如果在联系人中没有该联系人或者没有搜索到母公司，那么意味着该新建是错误的，这种系统操作对于使用者的技术要求很高。

我认为可以将没有这些联系人或者母公司的信息系统会自动添加到联系人中，同时建议使用者进行联系人的信息完善。

/ 4

Salesforce CRM使用报告

周远川

3.功能模块

Salesforce CRM系统功能模块缺少一些自定义模块，即可以企业自定义的一些模块。毕竟每个企业不同，他们从事的行业也不同。我认为Salesforce CRM系统应该增加一个自定义模块，可以让企业根据自己的实践需要进行功能的添加。

4.功能信息

Salesforce CRM这个系统中联系人或者客户或者潜在客户之类的缺少一些特别应该记录的信息，比如：客户/潜在客户的生日、客户/潜在客户的兴趣、客户/潜在客户的联系朋友（既可以捆绑间接联系人）等等。

使用者可以通过这些记录可以在联系人特别的时刻送上特别的关怀，从而为使用者带来意想不到的收获。

三、CRM个人试用体会

通过Salesforce CRM的试用，我基本上了解了这个CRM系统的基本操作。在使用的过程中，我发现该系统在开始使用时会向使用者逐步解说如何使用该系统，这点是有助于初次使用的人能够更快的使用该系统，节省了一些必要的培训时间。该系统之间的各部分是相互联系的，如果有一个部分没有按要求写上，就会导致该部分无法创建。

通过一次次的试用，我学会了如何将该系统的各个模块联系在一起，也知道了如何才能够新建联系人、编辑业务机会配置、新建产品等。这是书本中学不到的一些技巧。

以前我觉得一个企业使用EXCEL就可以解决一个企业的业务活动了，但是试用了该系统后，我觉得这种系统功能更加完善，虽说它有许多不足之处，但是在系统及技术上来说，是一个大的进步。

通过文件模块来上传所需要的文件，通过设置潜在客户查找潜在客户。通过此次的业务操作更是我加深了对salesforce CRM的理解，在系统操作中的业务机会模块中还要新建一个客户名来给业务机会命名，这样才能完成整个过程；其次，通过“潜在客户”选项卡即可进入初次接触的客户管理界面，建立潜在客户档案。针对每一个潜在客户，可以记录与之发生业务联系的所有方式，包括电话

/ 4

Salesforce CRM使用报告

周远川

记录、eamil记录、市场活动记录。还可以通过“新建任务”和“新建事件”的方式安排比较重要的潜在客户沟通工作。

Salesforce是CRM按需软件的领袖，在全球范围内拥有用户数最多的在线客户关系管理平台。Salesforce CRM客户关系管理解决方案和云计算模型，用于销售、服务、营销和呼叫中心运营的简单易用于Web的CRM解决方案，可以简化客户关系管理并提升客户满意度。

我在使用时发现Salesforce CRM是云端的应用程序，升级自动化，无需人工维护。方便扩展，可以满足企业的推广。Salesforce是以业务为中心的销售管理模式，销售数据支持批量导入，减少了用户录入的时间。而且Salesforce的客户服务部还提供免费提供在线课程，帮助用户学习如何使用该服务。

Salesforce可以快速把新旧客户信息资料整合的能力、客户日常行为分析图形化、重要客户会议与拜访计划提醒，潜在客户与危机客户数据报表分析等多种根据客户行为分析模块，适用于一般中小型企业。

/ 4

**第三篇：客户关系管理软件实训报告格式**

一、实训目的客户关系管理（Customer Relationship Management，CRM）是企业电子化经营管理解决方案中最重要的组成部分。客户关系管理提供了一种能够反映企业与客户之间复杂联系的管理方法，不仅能够记录、追踪客户的信息资料和企业与客户之间的业务行为，而且能够分析这些信息，为企业的决策提供依据，从而适应网络经济时代消费者需求的特点和电子商务对企业经营管理所提出的要求。

CRM的理念是以客户关系的建立、发展和维持为主要目的，尤其以维持为主，讲究的是通过对客户的了解更好地服务于客户，从而使企业能够从良好的客户关系中获取最大的利益，其最终目标是“开源”。

客户关系管理实训是电子商务专业的专业技能课。通过本实训的学习，要使学生能够领会客户关系管理的基本思想和具体的应用方法，深刻理解客户关系管理如何增强企业核心竞争力、扩大市场规模、加速提升运营效率等知识点。让我熟悉：企业资源规划中客户关系管理的方式、方法。掌握企业在进行产品营销中的如何应用信息平台处理相关业务。使我学会: 熟练掌握对CRM软件的相关操作。包括基础管理的设置，销售管理的相关操作，服务管理的相关操作和市场管理的相关操作。使我掌握职业技能：如何利用企业信息平台管理相关资源。包括开发维护市场及客户，处理企业产品营销中产、供、销整个产业链上的信息化管理。使学生增强敏锐的观察力、提高信息捕捉力和团队配合能力。

二、实训内容

项目一：基础管理

基础管理是CRM核心管理，是围绕客户为中心而展开的，包括与客户相关的联系人、线索、商机、活动、费用、任务、报价单、合同、订单、收款、服务请求、服务项目、客户投诉、商品等管理。通过实训熟悉CRM软件各操作界面和标准控件，掌握基础资料的设置与管理。

1、工作任务：

1）为企业设置员工/部门基础资料

1）设计特定商品销售方法

2、工作流程：

（1）增加客户

a)界面点击“客户管理客户”按钮，进入“客户”界面。

b)在“客户”界面选择上方快捷按钮栏中的“增加记录”按钮c)输入客户的各个字段内容。

d)输入完成后选择上方快捷按钮栏中的“保存记录”按钮。

（2）删除客户

a)在主界面点击“客户管理客户”按钮，进入“客户”界面。

b)在“客户”界面选择上方快捷按钮栏中的“删除记录”按钮。

c)软件弹出提醒框询问是否真的要删除，选择“确定”删除当前客户记录。

（3）查找客户

a)在主界面点击“客户”按钮，进入“客户”界面。

b)在“客户”界面上方“查询条件”框内中，选择要查找的字段，在“包含”中输入需要查找的字段值，选择查找。

c)界面自动转到查到的第一个客户记录。

（4）浏览客户信息

a)在主界面点击“客户”按钮，进入“客户”界面。

b)在“客户”界面上方快捷按钮栏(如下)，使用上方左右导航按钮浏览客户记录，中间的数字显示了客户记录的总数和当前客户记录的序号。

（5）修改客户信息

a)在主界面点击“客户”按钮，进入“客户”界面。

b)编辑客户的各个字段内容。

c)完成后选择上方快捷按钮栏中的“保存记录”按钮。

d)如不想保存修改的结果，按“恢复记录”按钮。

（6）新增、浏览、修改、查找、删除联系人

项目二：销售管理

销售管理系统主要通过建立全面的客户信息的基础上帮助企业提高销售成功率，加快企业资金转化速度，减少坏账等方面具有很大作用，同时以此为目的提供了一些科学的管理方法。通过实训掌握客户管理、销售过程、销售促进管理等具体模块的功能及基本操作。

1、工作任务：

1）追踪兰州石化学院招标信息

2）追踪顶新公司采购信息

3）销售分析

2、工作流程

（1）增加机会

a)进入“销售管理”à“机会”。

b)在“销售管理”à“机会”界面，单击鼠标右键选择“新建机会”。c)在客户管理界面，进入机会，点击右键建立和该客户相关的机会信息。

（2）删除机会

进入“销售管理” “机会”，单击鼠标右键选择弹出菜单“删除机会”项。

（3）修改机会

进入“销售管理机会”，单击鼠标右键选择弹出菜单的“编辑机会”。

（4）浏览机会

进入”销售管理机会”浏览，选择选中的机会，点击右键选择“查看机会”。

（5）结束机会(转为销售)

a)进入“销售管理机会”，选中一个机会，单击鼠标右键选择“结束机会”。

在“结束机会”的窗口中，填入机会是否成功转为销售。

c)选择确定后，该机会就变为销售记录。输入详细的销售明细后，确定后成为一笔正式的销售。

（6）机会明细察看

进入”销售管理机会明细”，可以看到相关机会的具体情况，可以在列表中按客户、联系人或者日期等来查看相关内容。

“机会明细”也可在每个客户的选项卡查看。

（7）新建销售

a)在“销售管理” “销售”列表中点击右键，选择新建销售，即可开始建立一笔新的销售记录，一个订单中可以录入多笔产品的销售。

b)在客户界面的“销售”栏中，点击右键，选择新建销售。

c)结束机会转变成为成功的销售。

（（9）修改销售

进入”销售管理” “销售”，单击鼠标右键选择弹出菜单的“编辑销售”。

（10）浏览销售

进入”销售管理” “销售”浏览，选择选中的机会，点击右键选择“查看销售”。在最下方，系统将自动统计总的销售金额和各项销售数据的合计数据。

（11）销售明细察看

进入”销售管理” “销售明细”，可以看到相关明细产品的销售情况，可以在列表中按产品或者日期来查看相关内容的销售情况。

项目三：服务管理

服务管理系统是为客户提供各种服务为主要目的，通过实训掌握要提高客户的服务水平，必须建立并完善服务部门的基础资料，尤其是一些常见问题处理方案的建立和商品管理的建立。通过实训掌握客户服务的产生及处理方法，以及与销售管理、市场管理系统的数据交换。

1、工作任务

1）录入服务请求，并按照业务流程进行分配处理。

任务资料：

服务请求单位：顶新集团公司

服务请求内容：部分设备运转不正常，具体表现为杂音很大

服务请求商品：打印机HP-100

2）设计一条知识库信息，挂在知识库中。

2、工作流程

1、完善基础资料

2、录入工作请求，并按照业务流程进行分配处理。

3、录入服务请求单位：顶新集团公司，4、请求描述具体表现为杂音很大。

5、打开只是库增添相关信息。

项目四：市场管理

市场管理系统是企业通过一些具有战略意义的市场策划活动进行市场拓展，提高市场占有率或者寻找潜在客户。通过实训掌握市场策划活动中市场计划和营销战役的策划和实施，熟悉计划实施中如何进行竞争对手管理和有效利用市场资源。

1、工作任务

1）设计一个商品展销会的市场计划模板

2）以该模板为基础建立一个计划展销会，预算费用为10万元，交给市场部

门去做

3）展会期间发现一批客户线索，转入销售模块，交由销售部负责

2、工作流程

1、进入销售增加计划，选择市场计划模板。

2、建立计划展销会输入基础信息。

3、选择客户，增加线索，转入商机。

项目五：综合训练

1、工作任务

1）建立一个计划展销会，预算费用为10万元，交给市场部门去做。展会期间发现一批客户线索，转入销售模块，交由销售部负责持续追踪业务信息并成功签约一个客户。客户发出服务请求，新设备（打印机HP-100）性能不熟悉导致设备不能正常运转。

2、工作流程

1、完善基础资料。

2、进入销售计划，增加计划，选择计划模块。

3、在销售周报告增加客户建立线索。转入商机。

4、在合同中增加选择客户完善合同内容，审批合同。签订合同。

5、在服务模块 根据客户请求完善资料。建立知识库储备信息。

三、实训心得

1、实训经验总结：

了解了客户关系管理，学习简单的管理软件操作，我们了解到任何软件的建立操作时环环相扣的，在一步的操作中要注意下一步操作能够顺利完成。在完善基础资料的时候要注意向关联的一些信息。不能重复。

客户关系管理软件的操作需要认真细心的对待，有些有疏忽造成的错误是不能修改或修改时非常复杂的。

2、实训启示

客户关系管理软件的目的是提高管理效率，降低管理成本获得更大的效益。在高速发展的市场经济条件下，市场竞争日益激烈。企业如何在竞争中获得更大的经济效益，得益于企业各个方面的效益化管理。因此，学习和熟练掌握现代企业管理软件是作为一个技能性管理人才必备的素质。

**第四篇：博星卓越客户关系管理软件实验报告**

《客户关系管理》期中报告

博星卓越客户关系管理软件

实验报告

成绩

一、软件简介

博星卓越客户关系管理教学实验系统是在对成熟的商用客户关系管理软件的应用经验广泛调研和总结的基础上，根据客户关系管理教学最新主流知识体系的内在业务逻辑设计开发的。系统以销售计划的制定和执行为主线，包括了销售前、中、后期的所有围绕客户关系建立、维护、巩固而进行的人、财、物等相关企业资源的整合、管理、监控。系统除了提供现代信息和网络技术条件下的客户关系管理实战型模拟实验外，还提供了对手工条件下客户关系管理工作的认知性实验。通过这两种的结合，使学生更加全面、深刻地理解客户关系管理以及现代技术条件下的客户关系管理的新特点，从而加深对客户关系管理的理论知识的理解，帮助学生灵活运用这些知识，提升企业的客户关系管理水平。

通系统过全程的客户关系处理过程将所学的知识贯穿起来，了解在客户关系管理中的各个部门配合关系 理解现代信息化、网络化条件下的客户关系管理新特点 通过客户关系管理软件系统的使用，为以后实施和运用客户关系管理软件打下基础

二、软件操作过程

在此次实验当中我担任的是服务人员客服的角色，我完成的任务主要是，实验三客户管理，至少添加5条客户记录；实验八订单管理，至少添加5条订单记录；实验十客户服务，至少添加5条客户服务记录；实验十一分析决策，数据分析决策。以下是实验的详细过程：

实验三：客户管理

根据客户的情况，对客户进行录入，分析，分类处理，通过这个过程促进服务人员对客户的理解，帮助企业作出良好的决策，同时完善企业各类型客户的数据库。

1． 客户档案截图：

（绿箭公司已转为代理）

2.代理管理

我们可以把已经输入的客户转为代理管理，进入代理管理列表页面后可以根据代理编号代理姓名等查询已转为代理的公司信息，同时还可以增加、删除、修改、查看代理信息。通过高级查询查询所需要的代理信息。3.潜在客户

我们可以在潜在客户页面对潜在客户信息进行输入、搜索、编辑等操作。潜在客户实验相关截图：

4.竞争对手

我们可以在竞争对手页面对潜在竞争对手信息进行输入、搜索、编辑等操作。竞争对手实验过程相关截图：

5．实验总结：

通过系统对不同客户进行分类录入使我意识到通过系统对客户分类是至关重要的，它能帮助我们有效识别客户。准确的客户识别对于服务的有效性和适当性至关重要。分类后有助于企业对进行更快捷准确的决策，加快服务人员工作效率。满足各类客户的需求，使公司更快更好地发展。

实验八：订单管理

我们在订单管理页面可以快捷方便睇查看、编辑、增加、终止订单，对订单进行管理。

1． 订单管理

订单管理实验相关截图：

由于订单里面涉及到产品，所以我先为之前新建的公司增加了一些产品，例如：

新建订单截图：

编辑订单信息：

2.回款计划管理

在回款计划的页面，我们可以实现对订单的定义、维护、查询等操作。同时我们可以定制一些适合我们客户的计划，例如分期收款等计划，也可以在手款截止日期前，点击提醒按钮，提醒相关工作人员收款。回款计划实验截图：

3.订单执行管理

订单执行管理相关截图：

4.订单账目管理

在订单账目管理页面，我们可以查询出相关订单，并且查看订单的金额和已付金额。了解订单的最新账目情况。订单账目管理实验相关截图：

5.欠款账目管理

在欠款账目页面我们可以清楚看到已经欠款的账目和该账目的最新情况。欠款账目管理的实验截图：

实验总结：

通过订单管理页面和里面的功能，我们可以清楚看到我们与客户合作的订单最新清况，同时可以清楚地看到订单的款项是否到位，这有助于公司对客户的管理和了解，更有助于我们实施和完善售后服务。

实验十：客户服务

1.反馈受理和处理

在服务任务管理页面我们可以实现对服务任务查看、删除、增加、编辑等操作。

反馈受理和处理实验截图：

2.客户关怀 在客户关系页面，我们可以对相关客户进行查询，这样有助于我们理解现有客户情况。

客户关怀实验截图：

2． 对象挖掘

在对象挖掘页面我们可以方面地找出企业的价值客户。对象挖掘实验分析：

3.产品档案管理

在产品档案管理页面，我们可以进行产品信息查看、编辑等操作。方便客服人员对产品情况进行详细了解。产品档案管理截图：

实验总结：

系统的这个功能能帮助我们及时有效地出利客户反馈的信息，有助于提高客户或合作活便对企业服务管理的信心，使企业运作更流畅，增加企业美誉度。

实验十一：分析决策

在系统的分析决策页面，我们可以对客户、代理客户、潜在客户、竞争对手、员工表现，和相关销售信息进行统计分析。为企业的决策提供依据，形象地给管理者展示分析结果。

1． 市场活动分析

在市场活动分析界面我们能清楚地查询到在指定时间内不同活动类型和部门含下属的市场活动分析，这能帮我们了解到各个部门甚至员工的工作情况。

市场活动分析截图：

2.销售情况分析：

在销售情况分析界面我们能清楚地查询到在指定时间内不同部门含下属的销售情况分析，这能帮我们了解到各个部门甚至员工的工作情况。

3.服务反馈分析 相关截图如下：

4.客户排行分析：

5.员工分析

员工分析页面可以帮助我们针对个别员工进行相关的了解和分析，方便行政部门对员工进行正确引导和调配。

6.销售时间分析

在销售时间分析页面我们可以，清楚地查询到不同时间的销售金额和销售情况。截图如下：

小结：由于2024年6月19日是班级上课时间，期间我们用系统进行了多次模拟实验，所以可以明显看出6月19日的销售金额和销售数量大幅增长。

三、对博星卓越客户关系管理软件的客户数据进行分析。

相关截图如下：

分析结果：由上面各截图可知，存在客户满意度不够高，消费反馈次数较多等问题，这急需得到解决。

启发：客户数据的处理录入和合理利用能帮助公司更快更好的发展。在系统使用过程中我意识到客户数据分析能帮助我们有效识别客户。准确的客户识别对于服务的有效性和适当性至关重要。合理配置资源。企业的资源往往是有限的，企业需要将有效的资源更合理的进行配置和应用，而要实现这一些，精确的客户分类是不可或缺的。只有通过有效的客户分类，企业才能在资源配置上合理的区分不同类型客户的需求，把合适的资源投入在合适的客户身上，从而在客户身上获得最合理的投入与回报比率。

同时我们可以通过客户反馈等系统功能为客户提供个性化服务。满意的客户服务是建立客户忠诚，保证企业持续获利的基础。客户的差异性要求企业能够准确的理解客户的个性化服务需求，并基于对不同客户的差异化需求理解来提供并管理服务过程。只有这样，才能提供主动的客户服务，并使面向客户服务达到真正的效果。

客户数据能帮我们深入了解客户巩固核心客户市场。一个竞争行业中的企业不可能在所有的客户市场中都占有优势。正确的核心客户市场定位与客户选择策略对于企业的可持续盈利和价值增长至关重要。客户分类能够帮助企业准确定位具备战略优势的目标客户市场，并引导企业集中资源与核心客户市场，从而不断巩固企业在核心客户市场中的竞争优势。

四、实验体会

本实验项目以博星电子商务模拟系统为平台，模拟商务环境中各种商务角色的运作过程。本实验中设计了会计、客服人员、生产主管、服务主管、销售员、销售经理等角色。小组中各角色之间需相互配合，完成商务流程。

通过这次模拟实验,我对于博星系统有了越发周全的了解。我的角色是客服人员。通过模拟流程，了解了客服人员的工作流程以及客户、货物、订单之间的业务关系和电子商务的基本框架和初步应用。在实验的过程中，最重要的是知道了自己的不足之处，并在老师和同学的帮助下得到了很大的完善，以后别人再问电子商务如何运作,就不会无言以对了。整个流程不仅要自己认真完成也需要各方的协调，并且知道了每个角色的赢利点。

通过做实验的过程让我知道看上去简单的事物做起来并不简单，需要花费时间和精力去学习。的事物做起来并不简单，需要花费时间和精力去学习。对于这次实验最大的感触就是我对客户关系管理有了更深的认识。它能使我们更加了解客户的需求和反馈，同时能使我们针对自己的服务进行改进。

博星卓越软件优点：

1、博星卓越CRM是其CRM理念、方法与软件技术的完美结合，它提供了功能强大的数据库存储各种客户信息，便于员工快速查询客户信息，使企业对客户不再“陌生”，使客户在与企业的交往过程中感觉自己倍受企业关注；它提供了客户信息分析功能，帮助企业关注客户与企业交易的细微变化，识别出企业的价值客户、价值变动客户和问题客户，从而有针对性的采取相应的行动：感谢或者鼓励价值客户，与问题客户充分沟通，消除误解、解决问题，最终避免客户的流失。此外，CRM提供了客户挖掘功能，帮助企业分析客户的交易行为特征，发现客户潜在的需求，让企业“比客户更了解客户”，从而有的放矢的进行销售，增加客户的满意度。

2、有强大的分析功能可对客户，合作伙伴，竞争对手，市场，销售，产品，员工，服务的信息，进行统计和分析。并为企业发展提供决策依据。

3、有良好的服务功能，博星系统在服务功能方面，有非常全面的表现，无论是处理服务反馈还是为客户维修产品，都提供专门的功能进行管理。对于所销售产品具有一定工艺特征、需要为客户提供很多后续服务的企业都提供了很好的功能支持。缺点： 博星系统可以建立会员升级等多个CRM项目，培养潜在客户，使他们最终成为公司的用户;对于已是会员客户，我们根据他们不同的星级，提供不同的服务和互动会员活动，以提升用户对产品进而是公司的忠诚度，提高销售和交叉销售，并保持忠诚度。另外，还有值得一提的是，因为有了强大的技术支持，使得网站个性化、智能化的功能吸引了更多的重复访问者;而前台和后台数据库的大集中，使前台的数据跟踪和后台的数据分析得以实现，这为更好的收集客户的信息，需求和反馈、评估并制定有针对性的服务提供了科学准确的资料。针对CRM项目实施，我们需开发了诸如收集网上客户声音的调查系统，方便用户取得网上服务等等而大幅提高了工作效率和客户满意度。小结：

通过这几次实验，我了解到博星卓越软件的具体使用方法，理解到了企业相关人员怎么用运用专业软件对客户进行管理。知道了很多大型企业都必须使用客户关系管理软件或者系统对客户进行管理，对市场进行分析。即了解到客户关系管理对企业的重要性，更明白了使用企业专业的软件来进行管理和分析客户和各种市场活动不是一个人就能解决的事情，其实必须要团队的合作分工，按照一定的步骤来对各种数据等进行有效分析，了解到哪些方面需要达到改善然后提出可行的CRM策略以及管理战略。

**第五篇：天空海阔任我行**

天空海阔任我行——论未来航空服务业的发展

题纲

2024级高职空乘（1）班冯雨婷

主要内容：

强调民航发展过程中服务的重要性，从改革开放一直到现在，随着百姓日常生活水平的提高，民航越来越多的成为居民消费热点之一。在介绍了我国近年民航事业发展情况的基础上，以服务入手进行了分析，并得出公众对我国民航发展过程中表现出来的服务水平在不断关注，对民航发展过程中遇到的安全、价格、服务等问题时，服务竟占70%，也就是说服务的优劣直接影响乘客是否再次乘坐的念头。虽然目前我国各航空公司对服务进行了针对性的加强提高，但对一些特殊事情的处理上，还不够与国际接轨，这表明我国民航发展还需逐步健全，航空公司及空乘人员的服务相关性需逐步加强。从而在此条件成立的基础上分析服务对我国民航发展的影响及对策，怎样才能使企业在市场中突显自己的优势。

关键词：

服务，相关性，民航发展，企业市场

主要目录：

1、关于民航企业经营管理的现状及对策；

2、关于民航服务理念

3、航空服务的现状及对策

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！