

2023年网店客户关系管理论文(优秀5篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

网店客户关系管理论文篇一

企业的运营管理是从以产品为中心向以客户为中心的过渡过程。企业运营开始阶段是追求产品质量，基本要求是产品的质量合格，能满足客户的功能要求。以产品质量为基础，随着企业本身的发展，以及该产品市场的进入障碍减少，企业转入以销售为导向的阶段。当市场产品饱和度达到一定程度的时候，企业进入下一个阶段，即价格竞争。实际情况是，企业要在激烈的竞争中胜出，必须从以产品、销售为导向转变为以营销为导向。营销的根本在于建立牢固的客户关系。必须联系客户，告知客户，让客户参与进来，这就是以客户为本。以客户为导向要求企业不止要擅长推出产品，更需要建立客户关系体系。在从以产品为中心向以客户为中心的转变过程中，社会的大环境是近年来计算机和互联网技术的迅速发展，特别是受云计算和大数据等技术的影响，企业管理在很多方面，相对于传统管理方式，发生了翻天覆地般的变化。那么客户关系管理系统和云计算具体是什么？二者有哪些结合点，又能为企业带来什么收益呢？客户关系管理是以客户为中心，使用相应的信息技术，本着选择有价值的客户的原则，来帮助企业实现高效的市场营销、销售和服务。由于erp(企业资源计划)系统本身缺少对供应链下游客户的管理，到了上世纪90年代末期，互联网技术的发展为企业运营提供了丰富的数据库、商业智能等技术。在这种背景下，以高德集团为首提出客户关系管理(crm)这一具体的概念。

客户关系管理系统为企业提供了一个获取、保持和增加可获利客户的方法和过程，有效提高了企业收益、客户满意度、

企业生产力。客户关系管理系统的职能包括：管理与个体客户相关的详细信息，管理全部客户的需求，以此来达到企业追求客户忠诚最大化的过程。管理和客户相关的各个方面，包括客户和产品接触的各种场合、客户的实际体验、企业市场活动交流、销售任务、客户支持和售后服务等。客户关系管理要求企业能有效地利用客户信息，为客户提供优质的实时服务。基于对每个客户的了解，企业能使用客户关系管理系统定制市场供应、服务、计划、信息和媒体。传统的客户关系管理过程一般是以销售人员为入口，各个销售代表独立跟踪销售机会；客户信息保存在相对独立的计算机或者企业内部网路中；联系客户的方式一般是电话、邮件和传真；销售管理过程一般会很复杂，汇报形式多样，审批手续层层依赖。

那么基于云计算的客户关系管理系统可以给企业运营管理带来哪些具体的收益呢？首先是使用云端服务可以大大节约企业的成本，只需购买云计算服务商提供的服务，节省了企业搭建硬件平台、设计系统功能、建立专门团队的费用，而且省去了系统运营维护的麻烦。第二，云计算提供服务非常的便利性，随时随地访问客户关系管理系统。使用云计算服务商提供的即时聊天、邮件关联、商业社交平台等新功能，让客户关系管理更加全面多样，便捷有效。第三，管理系统定制的方便性，企业在系统提供的标准功能基础上可以定制自己特有的功能模块，而且新模块可以和原有模块共享数据，保证整个系统的统一性。第四，部署周期短，系统可以迅速上线。第五，云计算提供强大的报表分析功能。无论是销售代表、销售经理还是运营总监，都可以随时访问客户关系管理系统，获得自己关心的报表。不得不提的就是，云计算给企业带来的风险。云计算作为新的技术，颠覆了原来企业数据存储和管理模式，把一切都抛向了云上。企业必须在享受先进技术给企业带来的收益的时候，正确认识并谨慎回避云计算负面因素带来的风险。云计算可能给企业带来哪些风险呢？比如数据安全和个人隐私。由于不同国家在保护个人隐私方面的法律法规不尽相同，当前，用户数据的保护对于云计算服务商是一个比较大的挑战。企业在选择云计算服务提供商

的时候，要选择那些国际知名的可信赖的公司，了解其客户的数量和规模。然后根据企业的投资量和要求选择适合自己的服务。

网店客户关系管理论文篇二

客户回访是企业或者产品和服务进行的满意调查、客户消费行为调查，也是常用的客户维护的比较常用和普遍的用法。往往与客户进行互动沟通，完善客户信息为进一步的交叉销售，向上销售铺垫的准备，认真的策划就显得尤为重要。

回访制度

传达项目信息，准确把握客户需求，推销与之匹配的户型，对客户反映的问题进行跟踪处理，体现服务与销售的专业度。同时体现公司对客户的重视与关注。进一步提升品牌和知名度。

电话回访

- 1、工作人员每日翻看客户名录簿，梳理回访客户。根据公司情况结合客户特点选择适合的回访方式。全面了解客户的需求和对服务的意见，并认真填写《客户名录簿》。
- 2、客服人员负责对《客户管理卡》、《客户定期回访跟单表》、进行存档，按照客户分类后建立客户档案，以备参考。
- 3、制定回访排期表，以电子版的形式在周日统计发给销售经理核定。
- 4、工作人员每周一统计上一周销售情况，以书面形式上报销售经理。内容：成交量、新增客户、客户回访记录；如周一休息，需提前至周日进行。如遇到节假日，例如过年等假期，应提前做好回访工作，及时做好同事间的交接处理。

6、工作人员每周六到下周五约访客户，每周约访至少1位。

7、主管领导负责审阅《客户名录簿》对回访记录和结果进行审查，并提出指导意见。

网店客户关系管理论文篇三

摘要：自我国加入wto开始，整个金融体系发生了巨大的变化，银行在金融体系改革带来的竞争和挑战的同时，纷纷通过改制、上市等方式并注重经营管理理念和方式的转变，以变革促竞争，促使国内银行市场的竞争呈现白热化。与此同时，银行客户也同样有了更多选择的机会，客户与银行出现了利益博弈化。本文将当前农村信用社客户管理的实施措施提出些有效建议，希望起到一定参考作用。

关键词：农村信用社；客户关系管理；客户需求；理念；培训

随着金融市场竞争日趋激烈，客户对金融服务需求日趋多元化、个性化，银行业以客户为中心的时代已经到来，客户关系管理在银行业中的应用已经成为一项十分紧迫的任务。然而，目前农村信用社（以下简称：农信社）的客户关系管理工作还较薄弱，价值发现和价值客户的跟踪服务、团队服务体系建设也相对落后，因此，在农信社实施客户关系管理显得尤为重要且十分迫切。

一、客户关系管理的内涵

客户关系管理是一种以客户为中心的经营策略，它以信息技术为手段，并对工作流程进行重造，以赋予农信社更完善的客户交流能力，最大化客户的收益率；客户关系管理的产生是市场需要和管理理念更新的需要、农信社管理模式更新的需要、农信社核心竞争力提升的需要、电子化浪潮和信息技术的支持等四方面背景推动和促进的。它是通过对客户信息

资源的计算机管理，向客户提供满意的产品和服务并与客户建立稳定的相互信任的关系、利用客户信息做决策，最终实现农信社与客户“双赢”的动态过程。

二、关于农村信用社客户关系管理实施的研究

1. 重视客户细分，找准目标客户群

随着金融市场竞争程度的激烈化，农村信用社也开始不断挖掘和寻找大客户群，投入的人力、物力以及财力也颇大，努力为大客户提供适宜的产品和良好的服务，通过提高大客户的满意和忠诚度，来建立与之持久稳定的合作关系。因此，农村信用社在实施客户关系管理的过程中，要慎重对待该类大客户，在与大客户合作的过程中，要结合自身的实际情况，不要超出自身的预期价值。同时，也不要盲目发展大客户，时刻要以服务三农的战略方向，在稳定主要目标客户群的前提下，有精力再去争取大客户。

2. 树立以客户需求为出发点的经营管理理念

首先，树立正确的营销观念，强化服务营销意识。树立正确的以客户为中心的营销理念。要善于挖掘客户的需求，了解客户的需求，根据客户的需求进行营销。建立以客户为导向，以社会责任为基础的服务理念，来适应市场经济中不断变化的客户需求。随着信息技术的不断涌现，要加大电子产品和互联网业务的投资力度，为客户提供更加快捷的服务。

其次，准确做出市场定位，前提是目标市场的细分。任何一个企业其拥有的资源、人力等都是有限的。所以，在选择客户时，要分析自己的产品和服务特征，并根据分析结果选择合适的目标市场，实现市场细分的科学化，为目标客户提供自身擅长和具有特色化的服务，在客户面前充分展现自身的优势，扬长避短。再次，要深化服务内容，为客户提供功能化和个性化的服务。

3. 构建以客户需求为导向的组织架构

农村信用社要改变过去的组织之间的独立性，建立以客户发展为中心的协调机构即事业部制，事业部制实施的优势主要体现在以下几个方面：

加强组织的领导工作，建立客户关系管理的专管部。作为一种新的管理办法，相关的信用社经营管理的各个方面。因此，需要建立一个委员会主任管理的组织，以促进和发展统一政策，负责分析客户和客户的需求，确定以客户为中心的內部资源整合和深入探讨各地的客户服务和市场营销计划之间的差异，进而制定相关的管理政策，组织开展大规模的市场调研活动，确保项目顺利实施。

4. 加强客户经理的培训

农村信用社面临最广大、最低端的客户群。因此，必须配备数量众多，熟悉基层、熟悉农村情况的客户经理队伍。所以，在积极扩大客户经理队伍的同时，要根据服务的客户群、业务数量和质量，继续完善客户经理等级制度，建立横向交流和经常性的培训机制，以薪酬待遇吸引优秀员工加入，严进宽出。

5. 加强客户经理的考核

农村信用社客户经理考核可从“量”与“质”两方面入手。一方面要考核客户经理拓展客户和业务的数量，可从贷款户数、余额、利息收入等方面切入考核；另一方面要从“质”上把握客户经理拓展客户和业务的质量，可从客户的构成、不良贷款的占比、客户违约率的高低、收息率的升降等方面切入分析。只要从“质”与“量”两个方面同时进行考核，才能真正准确衡量一名客户经理业绩的真实状况。

另外，为进一步细化考核和管理，可对客户经理实行等级差

别管理。对于每次考核不合格的客户经理也需要制定相应的惩罚措施，对表现优秀的客户经理要给予奖励。通过强化客户经理等级管理，一方面增强培训针对性和有效性，另一方面也能塑造竞争氛围，不断提高客户经理自觉提升业务素质的意识和能力。

三、结束语

随着信息技术的日新月异，信用社面临一场前所未有的竞争压力和挑战，竞争的核心从产品开发到客户服务同等重要，无论如何变化，竞争的核心仍然体现在客户上。所以，形成良好的客户关系管理已经是大势所趋。因此，作为农村信用社，应当首先重视市场的细分，建立以客户需求为导向的组织架构、加强客户经理的培训、考核，才能在激烈的竞争中获取较大收益。

网店客户关系管理论文篇四

摘要：本文通过分析金融行业的发展情况，提出了在金融行业建立客户关系管理系统的目标与要求，并给出系统设计的方案，指出在金融行业推广建立客户管理系统的意义。

关键词：金融；客户管理系统；系统设计

1. 研究背景与意义

随着我国经济持续高速地发展，金融行业逐渐发展为国内经济的热门行业。与此同时，金融企业不断增多，导致竞争愈演愈烈，各企业不得不对客户进行激烈的争夺，金融行业也随之逐渐成为买方市场。由卖方市场向买方市场的转变，使金融业的发展必须依靠突破传统业务的框架。

在一个以客户为中心的客户关系管理阶段，现有的信息系统在客户关系管理方面的问题日益突出，要想避开或者缓解市

场环境变化对企业带来的不利影响，就要依靠忠诚持久的客户关系。如何在激烈的竞争中留住客户，发展潜质客户，将是每个企业立足生存的必修课，是企业成败的关键。

在数字经济时代，企业的利润不再是单纯的来源于“物质”，而是更多的来源于“信息”和“客户关系”。信息已成为金融行业越来越重要的资产之一。当前金融业发展的现状是：虽然企业的应用系统中已经有很多的信息，但是这些信息是零散的分布，并没有被有序、有效地组织和利用起来，没有为企业的发展策略提供应有的依据。由此，在金融行业中分析客户关系管理crm(customerrelationshipmanagement)的应用与推广有着极为重要的意义：

(1) 中国入世以来，同时面临着机遇与挑战，在金融行业中就体现为国际上原本就有许多先进的龙头企业对中国的金融业的冲击，同时又是我们企业发展的好机遇，在这样的环境中，学习国外先进的管理方法，认真建设客户关系管理系统，对企业竞争力的提升有很大促进作用。

(2) 通过客户关系管理研究客户的需要等因素，调整运作中的各种关系，始终以客户为中心，以加深与顾客的联系，增强客户的稳定性。

(3) 正确的运行客户关系管理作为一种技术支持，可以使企业管理者对自身经营状况有一个全面的了解，做出正确决策，从而提升金融机构的运行质量。

2. 客户关系管理系统概述

客户关系管理crm(customerrelationshipmanagement)是一个不断加强与顾客交流，不断了解顾客需求，并不断对产品及服务进行改进和提高，以满足顾客的需求的连续的过程。crm的内含是企业利用信息技术[it]和互联网技术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。概念形成之初，是在企业的市场营销、销售、服务与技术支持等与客户相关的领域中应用的，后来逐步发展，被多数企业采用，应用领域也拓展到其他服务业，成为一种改善企业与客户之间关系的新型管理机制。

企业的应用主要由前端办公领域和后端办公领域两大部分组成的。二者之间通过数据交换来实现互相的通讯，从而使企业的应用之间形成一个闭环。作为前端办公领域的应用系统CRM以客户为中心，把企业的营销(marketing)、销售(sales)和服务与技术支持(service)等活动串起来，并对记录下的与客户有关的信息进行商业分析，为决策提供支持。

3. 建立客户关系管理系统的目标与要求

客户关系管理总的来说可以达到三个方面的目标：

(1) 客户保留——通过保留原来的忠诚和创利的客户，以及业务渠道，带来业务增加，维持企业的原有利润。

(2) 客户获得——基于已知的和了解的客户的特征，促进业务发展和增加利润收入，从而获得较高的盈利。

(3) 客户赢利——通过对业务流程的全面管理减低企业的成本。

4. 客户关系管理的结构与功能

4.1 客户管理系统的结构

客户管理系统是一套软件系统，主要由如下五大模块组成：

(1) 销售管理子系统

销售管理子系统模块主要管理商业机遇、客户帐号以及销售

渠道等方面，把企业的所有销售环节有机的组合起来，使其产品化。其缩短了企业的销售周期，销售代表在同客户面对面的交流中将更有效同时提高了销售的成功率。

（2）市场管理子系统

市场管理子系统为销售、服务和呼叫中心提供关键性的信息。帮助市场专家对客户和市场信息进行全面的分析，从而对市场进行细分，产生高质量的市场策划活动，指导销售队伍更有效的工作。

（3）服务管理子系统

服务管理子系统通过提供易于使用的工具和信息（包括服务需求管理，服务环境配置及多种问题解决方案），使客户服务代表有效地提高服务效率，确保客户的要求及时满意地得到解决，增强服务能力。

（4）现场服务管理子系统

现场服务管理子系统提供了一个移动解决方案，允许公司有效地管理其服务领域的方方面面。此外，该系统支持多种渠道，连接呼叫中心的话务员，在话务员迅速解决了客户的服务咨询后，他们还可以扩展销售或提升销售其他附加的产品和服务，增加客户的收入和潜在的赢利。

（5）呼叫中心管理

通过将销售子系统与服务子系统的功能集成，使一般的业务代表能够向客户提供实时的销售和服务支持。同时，业务代表在与客户的交谈过程中智能化问卷可以起到引导作用，根据客户的概况、个性化特点和当前需求，动态地推荐合适的产品及服务。

4.2 客户管理系统的功能

总体来说，客户关系管理具有整合客户信息、稳定客户关系、协调企业资源、提高企业竞争力、提供协同互动的平台等作用。

（1）整合客户信息

客户管理通过现代信息技术整合各部门分散管理的客户信息，协调各部门的行为，为企业的合作伙伴提供信息支持，保证生产、供应、销售、服务链条的良性运行。

（2）稳定客户关系

即时了解客户行为变化等信息，把握环境状况和客户变化情况，发挥主动性，随机应变，即时采取相应措施，稳定客户关系。

（3）协调企业资源

通过实现前端的供应商伙伴关系管理和后端的客户服务，使企业与供应商和客户之间形成良性的互动，最大限度的协调企业资源。

（4）提高企业竞争力

有助于实现物流的合理化和客户与企业良好的互动，有效整合资源，规避市场风险，进而提高企业竞争力。

（5）提供协同互动的平台

客户可以随时访问企业，及时了解供应商的信息；同时，供应商根据客户的信息采取相应的措施，规避供应链风险，保证客户利益不受影响。

5. 客户关系管理系统的设计

5.1 系统设计的原则

通常情况下，在金融行业中，对客户关系管理系统的设计需要遵循以下几个原则：

- (1) 规范性。遵循软件设计和开发的规范，利于同其他系统衔接。
- (2) 安全性。系统和业务的数据接口必须保障数据的安全。
- (3) 实用性。必须满足不同级别、不同层次的用户的需要。
- (4) 扩展性。能够支持后续推出的新产品的功能。
- (5) 人性化。人性化的操作界面，方便用户使用。

5.2 系统组成

客户关系管理是一个很有特点的应用软件，在金融行业具备了新的特点。笔者根据在金融行业独有的特点，将它分成以下几个功能模块：系统维护、客户管理、客户机会管理、客户来往管理、查询设计、辅助工具和系统帮助等。

- (1) 系统维护。主要是用户的管理，包括密码、数据备份与恢复、数据清理等。
- (2) 客户管理。包括企业客户的管理和联系人的管理。
- (3) 客户机会管理。包括对商业事件和商业机会的管理以及分配任务。
- (4) 客户来往管理。包括电话、电子邮件和会议的记录。

(5) 查询统计。包括客户查询、联系人查询、商机查询和任务分配查询。

(6) 辅助工具。需要调用word□e-mail和登录internet等软件。

(7) 系统帮助。包括本单位信息和关于两方面内容。

5.3 系统的设计流程

5.3.1 设计及功能菜单设计

5.3.2 数据表设计

客户关系管理系统的核心是数据，数据库是企业与客户正确的分析商业事件的基础，只有建立合理的数据库才能充分发挥其应有的功能。数据库主要记录与客户相关的活动、数据。

数据库可以分解为不同类型的数据表。其中包括以下几方面的内容：

(1) 客户相关的数据表。包括客户的基本表、扩展表、联系人表和联系人扩展表。

(2) 工作中的流程记录表。客户媒体广告记录表、广告定单管理表、电话记录表、企业活动表。

(3) 动态信息表。包括任务信息表，地区、城市、行业、职务、部门和称谓的设置表和客户投诉表。

(3) 修改数据表。这种表主要用于重要的数据，需要保留客户的修改记录的情况下。

(4) 各表均需设置”初审标记“、“”复审标记“、“”资料登

记日期“、”最后修改日期“、”备注“和”审核人”等字段。

5.3.3 功能模块设计

针对前面的功能菜单的内容设计各个功能模块。

(1) 系统维护模块的设计。设计源代码实现用户管理的功能。主要包括密码的设置与修改以及重新找回等；数据的备份与恢复以及数据的清理等。

(2) 客户管理。设计源代码实现对企业客户和联系人信息的管理。

(3) 客户机会管理。设计源代码实现管理客户的商业机会的功能以及给客户分配任务的功能。

(4) 客户来往管理。设计源代码实现记录企业与客户之间的电话、电子邮件和会议的功能。

(5) 查询统计。设计源代码实现对客户、联系人、商机和任务分配查询的统计。

(6) 辅助工具。设计源代码实现调用word□e-mail和登录internet等软件的功能。

(7) 系统帮助。设计源代码实现显示本单位信息的功能。

6. 推广前景与效益

随着金融竞争的日趋激烈，金融企业的不断增多，如何在激烈的竞争中留住客户，如何与客户更好的交流合作，将是各银行竞争成败的关键。各个企业竞相学习先进的管理理念，采用先进的客户关系管理系统。因此，客户关系管理系统的设计研发成为管理软件的热点之一。

7. 总结

本文针对金融行业的特点设计的客户关系管理系统，注意搜集客户的信息，为金融企业对来自于客户的信息进行综合分析，识别具有最大终身价值的客户群，分析和创新服务项目，设计个性化的金融产品带来方便。成功的帮助金融机构顺利的实现由传统的营销模式到以internet和信息技术为基础的现代营销模式。

参考文献：

[1]张妍,崔杰,徐雅斌.客户关系管理[crm]系统的设计与实现[j].辽宁工学院学报[20xx(1)

[2]陈菲.商业银行客户关系管理方向及实例借鉴.商业时代[20xx]20[

[3]保罗格林伯格.实时的客户关系管理.机械工业出版社.20xx.1

网店客户关系管理论文篇五

11月30日，内蒙古自治区包头市青山区人民法院公布赵某某挪用资金罪一审刑事判决书。

判决书显示，2003年12月22日，包头某集团股份有限公司(以下简称某集团)在包商银行某支行开设单位银行账户，2006年，由包商银行某支行派其员工赵某某等人上门代收某集团货款。

经法院审理查明，2007年7月30日至2008年4月21日期间，赵某某利用给某集团上门代收货款的职务便利，采用提供虚假的银行收款凭证、虚假的某集团银行账户对账单给某集团进行对账的方式，将代收的某集团货款700.5万元予以挪用，没有按规定存入某集团账户。2007年8月至2008年7月30日赵某

某先后将679.57万元存入其个人工商银行账户，期间2007年8月7日至2008年8月20日将其中的626万元转入其个人股票账户进行炒股。

2013年1月4日，赵某某向某集团推荐一款理财产品，某集团同意购买1000万元的该产品，并按照赵某某要求出具了两张金额分别为400万元、600万元的理财支票。赵某某将600万元转账支票销毁，同时采取虚构某集团代开工资的事实，将剩余的400万元以代发工资名义打入虚假的曹智勇等14人新开设的工资账户中，后将领取到该14张银行卡存入其工商银行账户，并于2013年1月9日至1月30日期间将账户内的342万元进行炒股。

此外，2016年1月10日，赵某某担心挪用客户资金的犯罪事实暴露，便向晟成小贷公司借款1000万元，并让其将1000万元直接打入某集团账户内。因晟成小贷公司催要该笔借款，2016年1月13日，赵某某以某集团为出票人给晟成小贷公司卢某某开具了一张1000万元的包商银行转账支票，卢某某于2016年1月14日去银行兑付时被告知该支票系伪造而案发。

另查明，案发后，2016年2月4日、5日赵某某将1000万元归还给晟成小贷公司并获得该公司谅解。同时，某集团因其将挪用资金已归还，对其行为予以谅解。6月1日，赵某某主动投案自首。

法院认为，赵某某作为商业银行工作人员，利用职务上的便利，挪用客户资金1100.5万元，其中968万进行营利活动，132.5万元归个人使用，数额巨大，其行为已构成挪用资金罪。赵某某为拖延还款而伪造出票人为某集团的包商银行转账支票，其行为已构成伪造金融票证罪。赵某某犯数罪，应对其数罪并罚。

综上，依照《中华人民共和国刑法》相关规定，判决如下：赵某某犯挪用资金罪，判处有期徒刑3年**3年；犯伪造金融票

证罪，判处拘役5个月，并处罚金5万元；数罪并罚，决定执行有期徒刑3年**3年，并处罚金5万元。

客户关系管理论文4000字

客户关系管理论文摘要