

2024-2030年中国客户关系管理系统（CRM）行业市场现状分析及发展趋向研判报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国客户关系管理系统（CRM）行业市场现状分析及发展趋势研判报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/1195104.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

智研咨询发布的《2024-2030年中国客户关系管理系统（CRM）行业市场现状分析及发展趋势研判报告》共十二章。首先介绍了客户关系管理系统（CRM）行业市场发展环境、客户关系管理系统（CRM）整体运行态势等，接着分析了客户关系管理系统（CRM）行业市场运行的现状，然后介绍了客户关系管理系统（CRM）市场竞争格局。随后，报告对客户关系管理系统（CRM）做了重点企业经营状况分析，最后分析了客户关系管理系统（CRM）行业发展趋势与投资预测。您若想对客户关系管理系统（CRM）产业有个系统的了解或者想投资客户关系管理系统（CRM）行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 客户关系管理系统（CRM）的概念和界定

1.1 客户关系管理和客户关系管理系统（CRM）的概念

1.1.1 客户关系管理

1.1.2 客户关系管理系统（CRM）

1.2 客户关系管理系统原理

1.3 客户关系管理系统作用

1.3.1 维护老客户，寻找新客户

1.3.2 避免客户资源过于分散引起的客户流失

1.3.3 提高客户忠诚度和满意度

1.3.4 降低营销成本

1.3.5 掌握销售人员工作状态

1.4 客户关系管理系统功能

1.4.1 客户合作管理系统

1.4.2 业务操作管理系统

1.4.3 数据分析管理系统

1.4.4 信息技术管理系统

1.5 客户关系管理系统价值

1.5.1 先进性

1.5.2 综合性

1.5.3 集成性

1.5.4 智能化

1.6 客户关系管理系统分类

第二章 客户关系管理系统（CRM）设计与实现

2.1 业务需求分析

2.1.1 营销管理需求

2.1.2 客户管理需求

2.1.3 服务管理需求

2.1.4 统计报表需求

2.1.5 基础数据需求

2.2 系统分析

2.2.1 系统简介

2.2.2 系统功能设计

(1)“客户管理”主要功能

(2)“商业智能”主要功能

2.3 系统功能实现

2.3.1 客户管理界面

2.3.2 商业基本信息界面

2.3.3 商业智能界面

2.4 系统应用

第三章 大数据时代客户关系管理系统应用

3.1 大数据时代CRM系统概述

3.2 大数据时代企业客户关系管理的作用

3.2.1 精确对准客户真正需求

3.2.2 让企业更快契入产业链

3.2.3 有效降低企业运营风险

3.3 大数据时代企业客户关系管理系统的具体应用

3.3.1 锁定真正客户

3.3.2 开发新客户并控制管理成本

3.3.3 提高客户价值质量

3.4 影响大数据时代客户关系管理系统应用水平的因素及应对策略

3.4.1 人为因素

3.4.2 系统因素

3.4.3 风险因素

第四章 数据挖掘技术在客户关系管理（CRM）中的应用

4.1 客户关系管理(CRM)分析

4.1.1 客户关系管理的概念

4.1.2 客户关系管理的必要性

4.1.3 客户关系管理的主要内容

4.1.4 客户关系管理系统的架构模式

4.1.5 客户关系管理的重要意义

4.2 数据挖掘技术(DM)分析

4.2.1 数据挖掘的概念

4.2.2 数据挖掘的主要内容

4.2.3 数据挖掘的分析方法和实际应用

(1) 分类分析

(2) 回归分析

(3) 聚类分析

(4) 关联规则分析

(5) 特征分析

(6) 偏差分析

(7) 网络挖掘

4.3 数据挖掘的常用算法和实际应用

4.3.1 决策树算法分析

4.3.2 聚类算法

4.3.3 SVM分类算法

4.3.4 Apriori算法

4.3.5 最大期望(EM)算法

4.3.6 PR值算法

4.3.7 集成学习算法

4.3.8 KNN邻近算法

4.3.9 朴素贝叶斯分类器

4.3.10 分类与回归树算法

第五章 客户关系管理系统（CRM）产业链分析

5.1 客户关系管理系统（CRM）产业链模型

5.2 客户关系管理系统（CRM）上游——软件及硬件

5.2.1 硬件设备制造

- (1) 服务器
- (2) 存储器
- (3) 交换器
- (4) 路由器

5.2.2 通用软件开发

- (1) 操作系统
- (2) 数据库
- (3) 开发工具
- (4) 中间件

5.3 客户关系管理系统（CRM）中游——CRM软件供应商

5.4 客户关系管理系统（CRM）下游——行业应用

5.4.1 客户关系管理系统用户端现状：了解及使用程度有限

5.4.2 中国信息管理类工业软件下游应用结构

5.4.3 云CRM成功应用及用户痛点

第六章 中国客户关系管理系统（CRM）服务商和供应商调查

6.1 客户关系管理系统（CRM）硬件设备供应商

6.1.1 服务器供应商

6.1.2 存储器供应商

6.1.3 交换器供应商

6.1.4 路由器供应商

6.2 通用软件开发商

6.2.1 操作系统开发商

6.2.2 数据库开发商

6.2.3 开发工具开发商

6.2.4 中间件开发商

6.3 客户关系管理系统（CRM）主要供应商

第七章 中国客户关系管理系统（CRM）发展现状

7.1 中国客户关系管理系统（CRM）发展背景

7.1.1 中国工业软件产业定位

7.1.2 中国互联网发展现状

7.1.3 2019-2023年中国工业软件市场规模及增速

7.1.4 中国SaaS行业现状发展现状

- 7.2 中国客户关系管理系统（CRM）发展历程
- 7.3 客户关系管理系统（CRM）分类状况
 - 7.3.1 传统本地部署的CRM
 - 7.3.2 SaaS型CRM(云CRM)
- 7.4 中国客户关系管理系统（CRM）行业政策背景
 - 7.4.1 行业监管体制
 - 7.4.2 行业主要政策
- 7.5 SCM、ERP与CRM的关系
- 7.6 中国客户关系管理系统（CRM）成本分析
- 7.7 中国客户关系管理系统（CRM）市场现状
 - 7.7.1 中国CRM市场现状
 - 7.7.2 中国CRM市场结构
 - 7.7.3 云CRM市场现状
- 7.8 中国客户关系管理系统（CRM）市场竞争格局
 - 7.8.1 中国CRM部署方式（按营收）
 - 7.8.2 中国CRM厂商构成（按营收）
 - 7.8.3 中国CRM品牌营收占比（按营收）

第八章 中国客户关系管理系统（CRM）需求分析

- 8.1 中国客户关系管理系统（CRM）需求现状
- 8.2 企业客户对CRM提出新需求
 - 8.2.1 营销获客
 - 8.2.2 数据处理
 - 8.2.3 个性化需求
- 8.3 市场对CRM功能的需求变化
 - 8.3.1 营销渠道扩展
 - 8.3.2 线索数据暴增
 - 8.3.3 商业模式易变
- 8.4 SCRM价值分析
 - 8.4.1 更有效触达客户，获取潜在商机
 - 8.4.2 数据整合，构建私域流量池
 - 8.4.3 降低二次开发门槛，满足个性化需求

第九章 基于数据挖掘的商场分析客户关系管理系统（CRM）案例分析

- 9.1 基于数据挖掘技术的商场CRM的设计

- 9.1.1 基于数据挖掘技术的商场CRM的必要性
- 9.1.2 基于数据挖掘技术的商场CRM的模块设计
- 9.1.3 基于数据挖掘技术的商场CRM的功能设计
- 9.1.4 基于数据挖掘技术的商场CRM的重要意义
- 9.2 基于数据挖掘技术的商场CRM的实现
 - 9.2.1 基于数据挖掘技术的商场CRM的整体架构
 - 9.2.2 商场CRM中数据挖掘的应用流程
 - 9.2.3 商场CRM中数据挖掘的算法设计
 - 9.2.4 基于数据挖掘技术的商场CRM与传统企业管理对比
- 9.3 数据挖掘成功应用的经典案例
 - 9.3.1 沃尔玛“啤酒加尿布”营销
 - 9.3.2 戴尔公司客户分类的成功

第十章 客户关系管理系统（CRM）行业数字化重点企业推荐

- 10.1 泛微网络科技股份有限公司
 - 10.1.1 企业发展基本情况
 - 10.1.2 企业经营状况分析
 - 10.1.3 企业数字化转型产品概况
 - 10.1.4 企业核心竞争力分析
 - 10.1.5 企业发展战略分析
- 10.2 用友网络科技股份有限公司
 - 10.2.1 企业发展基本情况
 - 10.2.2 企业经营状况分析
 - 10.2.3 企业数字化转型产品概况
 - 10.2.4 企业核心竞争力分析
 - 10.2.5 企业发展战略分析
- 10.3 北京神州云动科技股份有限公司
 - 10.3.1 企业发展基本情况
 - 10.3.2 企业经营状况分析
 - 10.3.3 企业数字化转型产品概况
 - 10.3.4 企业核心竞争力分析
 - 10.3.5 企业发展战略分析
- 10.4 和创（北京）科技股份有限公司
 - 10.4.1 企业发展基本情况
 - 10.4.2 企业经营状况分析

- 10.4.3 企业数字化转型产品概况
- 10.4.4 企业核心竞争力分析
- 10.4.5 企业发展战略分析
- 10.5 赛富时公司
 - 10.5.1 企业发展基本情况
 - 10.5.2 企业经营状况分析
 - 10.5.3 企业数字化转型产品概况
 - 10.5.4 企业融资情况分析
 - 10.5.5 企业发展战略分析
- 10.6 北京易动纷享科技有限责任公司
 - 10.6.1 企业发展基本情况
 - 10.6.2 企业经营状况分析
 - 10.6.3 企业数字化转型产品概况
 - 10.6.4 企业核心竞争力分析
 - 10.6.5 企业发展战略分析
- 10.7 北京仁科互动网络技术有限公司
 - 10.7.1 企业发展基本情况
 - 10.7.2 企业经营状况分析
 - 10.7.3 企业数字化转型产品概况
 - 10.7.4 企业核心竞争力分析
 - 10.7.5 企业发展战略分析
- 10.8 杭州道邦网络科技有限公司
 - 10.8.1 企业发展基本情况
 - 10.8.2 企业经营状况分析
 - 10.8.3 企业数字化转型产品概况
 - 10.8.4 企业融资情况分析
 - 10.8.5 企业发展战略分析
- 10.9 ZOHO Corporation
 - 10.9.1 企业发展基本情况
 - 10.9.2 企业经营状况分析
 - 10.9.3 企业数字化转型产品概况
 - 10.9.4 企业融资情况分析
 - 10.9.5 企业发展战略分析
- 10.10 SAP思爱普
 - 10.10.1 企业发展基本情况

10.10.2 企业经营状况分析

10.10.3 企业数字化转型产品概况

10.10.4 企业融资情况分析

10.10.5 企业发展战略分析

第十一章 中国客户关系管理系统（CRM）行业发展前景和市场空间预测

11.1 客户关系管理系统（CRM）行业发展趋势

11.1.1 移动化、社交化

11.1.2 智能化、SaaS化

11.1.3 平台化、体系化

11.2 客户关系管理系统（CRM）行业发展驱动因素

11.2.1 政策驱动

11.2.2 社会驱动

11.2.3 技术驱动

11.3 客户关系管理系统（CRM）投资风险

11.3.1 政策风险

11.3.2 技术风险

11.3.3 竞争风险

11.3 客户关系管理系统（CRM）行业投资机会透视

11.3.1 产业链机会

11.3.2 细分领域机会

11.3.3 重点区域机会

11.3 2024-2030年中国客户关系管理系统（CRM）行业市场空间预测

第十二章 客户关系管理系统（CRM）行业研究总结与发展建议

12.1 客户关系管理系统（CRM）行业研究总结

12.2 客户关系管理系统（CRM）行业痛点

12.2.1 价值痛点

12.2.2 成本痛点

12.2.3 应用痛点

12.3 客户关系管理系统（CRM）行业发展建议

12.3.1 客户关系管理系统（CRM）行业发展策略

12.3.2 客户关系管理系统（CRM）行业投资方向

12.3.3 客户关系管理系统（CRM）行业投资方式

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/1195104.html>