第 1 章

客户关系管理概述

学习目标

（1）了解客户关系管理项目的背景与能力要求；
（2）了解客户关系管理项目的操作流程；
（3）熟悉客户关系管理软件的安装方法和步骤；
（4）能够完成客户关系管理岗位及所需能力的调查与分析；
（5）能够进行客户关系管理软件的基础配置。

1.1 项目背景描述与能力要求

任务引入

某画框企业客户关系管理解决方案

2001 年，正值我国画框业蓬勃发展初期，笔者曾有机会参与某画框企业客户关系管理解决方案的工作。当时，该画框企业外贸订单供不应求，但内部管理却相对滞后，如对新品开发样品/多规格型号产品管理无序、交付不及时、内部员工职责范围不清、顾客不满意、市场开发成本高等问题一直阻碍着企业的进一步发展。方案解决小组经过多方深入了解、多次讨论，将方案的解决重点集中在如下几方面。

（1）客户资料零散问题。客户资料尤其是潜在客户资料，主要来源于展览会、网站、邮件、电话、传真等多种渠道。通常情况下，所获得的潜在客户资料由每个业务人员自行保管，客户资料没有集中归类查询统计，主管难以及时获得客户资源的最新信息，客户资料容易遗失。

（2）业务人员变动问题。人员变动是企业发展中的正常现象，但如果业务人员变动导致客户资料遗失、历史记录遗失、恶意离职等情况发生，则业务跟进难以进行，使业务断层或降低服务效果。

（3）客户归属问题。公司业务人员在销售过程中会出现有意或无意争抢同一个客户的现象，使主管很难调解，也无从考证客户归属，从而产生内部矛盾并对公司业务造成严重损害。

（4）产品种类及规格型号多问题。产品种类及规格型号多且新产品不断增加，很多

业务人员将主要精力放在对产品规格型号的记忆上,即使这样,仍有报错产品型号及价格的情况,使业务人员十分被动,企业效益也受影响。

(5) 客户曾经沟通过什么的问题。该企业业务人员或客服人员业务十分繁忙,业务经理的工作更加繁重,某客户曾经提出过什么需求,有过什么建议及投诉,上次同客户谈过什么等,业务人员可能已记不清楚或记忆混乱了,再加上还需记忆企业不断增加的产品种类和型号,业务人员、客服人员及经理们可能会忙中出错,如忘了回复客户、下错单、报错价、送错样品、忘了向上汇报等情况都会时常出现。

笔者也到过其他企业工作或咨询,发现这些问题不是一家企业的个别问题,很多企业都遇到过这些问题,也为此头痛。相信大多数读者也会有同感,特别是有与销售等业务相关经历的人员更有同感。当然,这些读者可能还包括你,现在假定你接到或主动找到一个类似的项目任务,处于一个实际情境中,为此你将获得一系列的体验。

假设你是一家小公司的业务经理,正负责公司某产品(如软件产品)的推广应用。因公司规模较小、推广费用有限,你在经过体验CRM软件的安装与使用后,将以某件产品营销活动为主线索,积极对本公司的客户关系管理活动进行实务操作。在操作过程中,你将逐渐学习到一些以前未学到的知识与技巧,包括客户价值、客户满意度、客户忠诚度、机会管理、数据挖掘(data mining)、知识管理等知识,以及软件安装、数据库安装、客户沟通、CRM软件操作与应用、数据库营销、关系营销、客户服务等技巧。在本节中,通过对业务需求的了解和对客户关系管理的职业岗位进行分析,在深入理解职业能力需求的基础上,你需要完成三个子任务(如开展其他章节项目,你可依照上述描述自行设计)。

任务1:确定客户关系管理项目的背景及解决方案。

请你对中小企业的营销特点、可能出现的问题进行描述。其项目背景是什么?解决方案是什么?

任务2:职业岗位分析。

涉及企业客户关系管理的职业岗位有哪些?请根据企业实际需求了解与分析。

任务3:职业能力需求。

根据对现有企业的实际了解,本书定位于客户关系管理的技术应用,而对应的客户关系管理岗位及能力需求是什么?请你对所调查的客户关系管理岗位所对应的能力点进行列表分析。

从案例中可以发现,一个全球化贸易的企业在成长过程中所碰到的常见问题,虽然在短时间内不会影响企业生存,但却给企业带来客户流失、业绩瓶颈、效率低下等问题,不但严重制约企业发展,最终也会使企业因竞争力下降而出现生存威胁。该企业在内部管理需求、营销理念更新和IT(信息技术)推动等因素的作用下,引入客户关系管理系统。

本章主要对客户关系管理项目的背景及相关基础知识点做一介绍,学习要点在于从实际出发,找出企业需求,以及相关的客户关系管理的工作岗位,并从实际企业处了解相关的能力要求。

对于任务 1，可以通过借鉴客户关系管理战略的规划及寻求一款 CRM 软件系统来完成。

对于任务 2，随着市场经济的不断发展，客户关系管理的职业岗位也在不断变化，现有的客户关系管理典型岗位一般有客户关系管理师、售前/售后支持专员、客户数据分析师、客户关系管理主管等。当然，不同企业岗位有所不同，名称也不一定是一致的，可根据调查你所在的周边企业进行灵活解答。

对于任务 3，有岗位能力对应表（表 1-1）供参考。

表 1-1　岗位能力对应表

岗　　位	对 应 能 力
客户关系管理师	应用 CRM 技术进行客户关系管理、机会管理、客户价值分析与管理
售前/售后支持专员	应用 CRM 技术进行市场分析、有效沟通处理及销售业务支持 应用 CRM 技术进行客户的服务管理与投诉管理，维持与客户的良性关系
客户数据分析师	应用 CRM 技术对客户信息库进行维护与分析，深入挖掘企业所需精确客户数据，对客户知识库进行建设与维护
客户关系管理主管	负责客户关系管理的战略制定与实施，对客户关系管理专员进行管理与培训，全面负责企业客户关系的维护、客户满意度管理

同时，我们也提供一个比较快捷的方法，即从人才招聘市场进行实地调查。下面为一份关于客户关系管理师的职业要求。

职责描述：

优化和完善店铺会员关系管理体系，客户画像等数据整理，定期做好老客动态报告及改善方案；

策划、组织并优化老客互动活动，关注老客反馈，提升整体客户服务体验，激活老客活跃度和提高老客忠诚度；

分析并总结老客购物习惯，配合店铺营销策划，提高老客回购率、提升老客销售占比；

微信、微博、公众号、老客群等 SNS（社交网络服务）日常维护管理，以及老客回访等工作。

任职要求：

大专以上学历，1 年以上会员管理工作经验；

善于沟通、表达能力强，有良好的服务意识；

具备较强的活动策划能力，以及文案功底；

善于分析总结数据，有较强的逻辑思维能力；

熟悉淘宝、天猫后台流程及规则，有电商实操经验；

有 CRM 营销/电商客户营销维护等相关工作经验者优先。

资料来源：电商客户关系管理专员[EB/OL]. https://www.liepin.com/job/1924581647.shtml?pgRef=c_pc_search_page%3Ac_pc_search_job_listcard%402_24581647%3A1%3A1d2c9add-a83d-4447-bc94-28f941f1bed4&d_sfrom=search_prime&d_ckId=null&d_curPage=0&d_pageSize=40&d_headId=null&d_posi=26&skId=dp38y8v6roip7feh8svlruieiqvfzy28&fkId=dp38y8v6roip7feh8svlruieiqvfzy28&ckId=dp38y8v6roip7feh8svlruieiqvfzy28&sfrom=search_job_pc&curPage=0&pageSize=40&index=26.

知识链接

1.1.1 客户关系管理的产生

最早发展客户关系管理的国家是美国,1980年初便有所谓“接触管理”(contact management),即专门收集客户与公司联系的所有信息;1985年,巴巴拉·本德·杰克逊(Barbara Bund Jackson)提出了关系营销的概念,使人们对市场营销理论的研究又迈上一个新台阶;到1990年,则演变成包括电话服务中心支持资料分析的客户关怀(customer care)。

1999年,Gartner Group公司提出了CRM概念。Gartner Group公司在早期提出的ERP(企业资源规划)概念中,强调对供应链进行整体管理。而客户作为供应链中的一环,为什么要针对它单独提出CRM概念呢?

其原因在于,一方面,在ERP的实际应用中人们发现,由于ERP系统有本身功能方面的局限性,也由于IT发展阶段的局限性,ERP系统没有很好地实现对供应链下游(客户端)的管理,针对3C(公司,顾客,竞争者)因素中的客户多样性,ERP并没有提出良好的解决办法;另一方面,20世纪90年代末期,互联网的应用越来越普及,CTI(计算机电话集成)、客户信息处理技术(如数据仓库、商业智能、知识发现等)得到了长足发展。结合新经济的需求和新技术的发展,Gartner Group公司提出了CRM概念。自20世纪90年代末期以来,CRM市场一直处于一种爆炸性增长的状态。

由此,可以说客户关系管理产生的原因是市场的需求,具体表现在如下几点。

(1) 市场竞争的需要。其主要表现为:竞争的焦点从以产品为中心到以市场为中心再到以客户为中心。

(2) 资源变化的需要。其主要表现为:工业物质极大丰富,产品相对过剩,客户成为企业最重要的资源。

(3) 信息技术的推动。其主要表现为:竞争加剧后,原管理水平相对落后,为了满足客户日益增长的个性化需求,就要在信息系统上下功夫。

(4) 管理理念的更新。其主要表现为:企业管理从“注重成本的控制”向“注重提高客户满意度及忠诚度”转化。

1.1.2 CRM的定义与目的

CRM的提出者Gartner Group公司认为,客户关系管理就是为企业提供全方位的管理视角,赋予企业更完善的客户交流能力、最大化客户的收益率。当前人们对客户关系管理的理解存在差异,关于它的定义有几十种,有的人提出客户关系管理是一种文化、一种思想、一种主义……现在一般认为客户关系管理是将企业经营“以客户为中心”作为导向的技术和管理方法。其实质是实行一套以IT系统为基础、以客户为中心的新的业务流程和快速决策支持系统。

当今社会,为了赢得竞争优势,越来越多的企业已经或正在实施客户关系管理,它与企业资源规划、供应链管理(SCM)是企业提高竞争力的三大重要法宝。

客户关系管理的目的主要表现在两个方面:一方面是为那些同样试图与这些客户建

立业务关系的竞争对手接近他们而设置障碍，同时也为那些试图从你的竞争对手处购买产品和服务的客户的流失设置一些障碍；另一方面就是提升客户的满意度，进而提高客户忠诚度，从而取得客户终生价值的最大化。这两个方面是从两个不同角度阐述一个问题，二者都是客户关系管理的目的，其中以后者为主要目的。

1.1.3　客户关系管理系统分类

美国调研机构 Meta Group 把 CRM 按系统功能分成以下三类，这一分类已得到业界的公认，在网络营销模式下，此分类也同样适用。

1. 运营型 CRM

运营型 CRM 又称操作型 CRM，主要包括客户服务、订购管理、销售自动化（sales force automation，SFA）、办公自动化（OA）等。运营型 CRM 可以帮助运营商实现经营、销售、服务等业务环节的流程自动化，达到利用 IT 来提高运营商的运作效率、降低运作成本的目的。通过实施运营型 CRM，运营商最终将建立起一套以客户为中心的运作流程及管理制度，同时也有助于培养员工的服务意识，销售、服务、营销部门的业绩将明显提升。在现代网络营销市场中，运营型 CRM 成为大部分企业的首选。

2. 分析型 CRM

分析型 CRM 可对客户数据进行捕捉、存储、提取、处理、解释并产生相应报告，它使用了数据挖掘技术。客户信息的绝对容量增加和与客户的相互作用日益复杂，数据挖掘迎合了该趋势，它能促使客户关系更有意义。它通过使用数据分析和数据建模技术来发现数据之间的趋势与关系的过程，可以用来了解客户希望获得什么，还可以预测客户将要做什么，可以帮助你选择恰当的客户并将注意力集中在他们身上，以便为他们提供恰当的附加产品，也可以帮助你辨别哪些客户打算与你“分手”。由于它可以提高以最好的方式响应个性化需求的能力，并且可以通过恰当的资源分配来降低成本，因此它可以增加收入，如网络营销的电子商务网站对购物车分析，就是应用了分析型 CRM 的数据挖掘功能。

从某种意义上说，分析型 CRM 系统的特点是：将企业原有的客户信息管理系统提升到客户知识管理系统的高度。通过建立数据仓库，运用数据挖掘、商业智能等技术手段，对大量的客户信息进行分析，可以让运营商更好地了解客户的消费模式，并对客户进行分类（如根据客户的当前贡献与潜在贡献，寻找对网络运营商最为重要的大客户等），从而针对客户的实际需求，制定相应的营销战略，开发出相应的产品或服务，更好地满足客户需求。这也是我们经常谈到的“大规模定制”及“一对一营销”（one-to-one marketing）模式的核心思想。

3. 协作型 CRM

协作型 CRM 又称互动型 CRM，目前各个运营商与客户的接触渠道日益多样化，除了传统的营业窗口、面对面的现场服务，E-mail（电子邮件）、微信、呼叫中心、互联网等其他沟通渠道同样成为运营商与客户交互的重要途径。那么，如何对客户与运营商的各种接触渠道进行整合呢？通过统一的标准化接口与后台的支撑系统、业务网中的业务平台（如音信互动的业务平台）和业务管理平台以及其他外部系统实现互联，客户的同一个服

务请求可以在各个相关系统平台上得到统一的展示,构建“多渠道接入,全业务服务”的统一的客户接触门户是协作型CRM所要完成的任务。

当然,并非所有的企业都能够执行相似的CRM策略,这也意味着,当同一公司的不同部门或地区机构在考虑CRM实施时,可能事实上有着不同的商务需要,同时另一个经常出现的差异点是不同的技术基础设施。因此,根据客户的行业特征和企业规模来划分目标客户群,也是大多数CRM的基本分类方式。在企业应用中,越是高端应用,行业差异越大,客户对行业化的要求也越高,因而有一些专门的行业解决方案,如银行、电信、大型零售等CRM应用解决方案。而对中低端应用,一般采用基于不同应用模型的标准产品来满足不同客户群的需求。一般将CRM分为三类:以全球企业或者大型企业为目标客户的企业级CRM;以200人以上、跨地区经营的企业为目标客户的中端CRM;以200人以下的企业为目标客户的中小企业CRM。

在CRM应用方面,大型企业与中小企业相比有很大的区别。首先,大型企业在业务方面有明确的分工,各业务系统有自己跨地区的垂直机构,形成了纵横交错的庞大而复杂的组织体系,不同业务、不同部门、不同地区间实现信息的交流与共享极其困难;同时,大型企业的业务规模远大于中小企业,致使其信息量巨大。其次,大型企业在业务运作上很强调严格的流程管理;而中小企业在组织机构方面要轻型、简洁很多,业务分工不一定明确,运作更具有弹性。因此,大型企业所用的CRM软件比中小企业的CRM软件要复杂、庞大得多。一直以来,国内许多介绍CRM的报道和资料往往是以大型企业的CRM解决方案为依据的。这就导致一种错觉:CRM都很复杂、庞大。其实,价值几万元的面向中小企业的CRM软件也不少,其中不乏简洁、易用的。

不过,有关公司规模方面的要求现在越来越随意,因为越来越多的CRM供应商是依据不同情况来提供不同产品的。主要的CRM供应商一直以企业级客户为目标,并逐渐向中型市场转移,因为后者的成长潜力更大。以企业级客户为目标的公司包括Siebel、Oracle等。另一些公司,如Pivotal、用友等则与中型市场相联系,并试图夺取部分企业级市场。MyCRM、Goldmine、Multiactive和SalesLogix等公司瞄准的是中小企业,它们提供的综合软件包虽不具有大型软件包的深度功能,但功能实用,安装及操作简单。

1.1.4 客户关系管理软件的发展前景

客户关系管理软件的发展前景可从市场潜力与综合发展趋势两方面来分析。

首先,从市场潜力方面考虑。

近年来,中国软件行业发展迅速,众多软件企业的成长也十分显著,可以说,中国软件市场异常活跃。作为软件领域之一的CRM市场,随着整体软件行业的发展而持续升温,CRM软件销量迅速增长,成为中国软件行业比较重要的软件产品之一。

企业是CRM软件的主要用户,软件是否深度契合目标用户企业需求显得十分重要。以企业为中心,进行长期有效的运营,是CRM供应商的经营特点。同时,中国的企业数量极多,但是软件建设水平还相当有限,因而市场具有非常大的潜力。预计未来几年中国将成为世界上最大的软件市场之一。面对巨大的市场蛋糕,国际著名的软件公司已做好抢占中国CRM市场的准备,纷纷加大研发力度,加速其在华布局。中国本土软件企业也

十分希望能够在市场上占领一席之地。

其次，从综合发展趋势方面来分析，CRM 将呈现以下发展趋势。

趋势一：成为电子商务核心。CRM 虽然仅仅是“电子商务”的一个子集，但是它把客户放在了核心位置，通过实施 CRM，企业必须补上过去落下的“功课”，它要求企业更了解现存客户和潜在客户，要求企业准确、及时地判断竞争对手的行为，要求企业追赶得上日新月异的信息技术，尤其要求企业的内部管理适应这些变化。如果一个企业可以很好地吸收 CRM 理念，就会看到在客户满意度、客户忠诚度和利润等多方面的提高，对未来整体性的“电子商务时代”的来临也就更有准备。

ShopeX 是国内比较成熟的网店系统，目前仅提供比较简单的会员管理，但是它提供与 CRM 的接口，让 CRM 很容易集成为网店的客户管理后台系统。阿里软件的贸易通已经集成了外贸版的客户管理系统，如果阿里巴巴坚持让阿里软件发展下去，阿里巴巴的 CRM 将是和电子商务结合最强且最紧密的 CRM。

趋势二：在线 CRM。在线 CRM 是一个获取、保持和增加可获利客户的过程。它通过将人力资源、业务流程与专业技术进行有效的整合，最终为企业涉及客户或消费者的各个领域提供完美的集成，使企业可以更低成本、更高效率地满足客户的需求，并与客户建立基于学习型关系的一对一营销模式，从而让企业最大限度地提高客户满意度及忠诚度，挽回失去的客户，保留现有的客户，不断发展新的客户，发掘并牢牢地把握住能给企业带来最大价值的客户群。在线 CRM 还将多种与客户交流的渠道，如面对面、电话接洽以及 Web 访问等融为一体。这样，企业就可以按照客户的喜好使用适当的渠道及沟通方式与之进行交流，并能从根本上提高员工与客户或潜在客户交流的有效性。在线 CRM 的核心内容主要是通过不断地改善与管理企业销售、营销、客户服务和支持等与客户关系有关的业务流程并提高各个环节的自动化程度，从而缩短销售周期、降低销售成本、扩大销售量、增加收入与盈利、抢占更大市场份额（market share）、寻求新的市场机会和销售渠道，最终从根本上提升企业的核心竞争力，使企业在当前激烈的竞争环境中立于不败之地。

趋势三：平台趋势。无论是在线 CRM 还是传统 CRM，目前都在延展自己的势力范围。作为企业信息化的核心，CRM 扮演的是信息化发动机的角色。CRM 和财务软件的结合，CRM 和 ERP 的结合，CRM 和进销存的结合，CRM 与网站的结合，CRM 与呼叫中心的结合，体现了以 CRM 为中心的企业信息化、平台化趋势。

趋势四：“云”的趋势。“云”对于客户来说比较陌生，但大型企业可能比较关注你到底采用什么样的技术实施 CRM，当你提到采用“云”技术的时候，往往 CIO（首席信息官）们会眼前一亮。大型企业在搭建自己的 CRM 系统的时候也逐步考虑结合自己的“企业云”的应用。而对于中小企业，它们关注的是产品的易用和实用，对于服务商是否应用“云”并不太关注，虽然如此，像国内 XTools、用友伟库网这种 SaaS（软件即服务）公司已经开始为它们的付费用户部署“云”。

趋势五：CRM 移动趋势。5G（第五代移动通信技术）的发展将加速 CRM 移动端的推广与普及。

随着智能手机的应用，实现企业移动业务运作成为一项业务的必要条件，SAP 与 RIM 正努力通过一个支持安全实时访问 SAP CRM 的集成解决方案，来满足商业用户的

需求和期望值。这个集成解决方案不仅能够帮助企业提高员工生产效率和改进服务,同时还能让移动用户在路上访问关键的客户信息。而且,它还利用 BlackBerry 企业解决方案的内在安全性、管理功能和效率,并引入众多关键的移动 CRM 新功能。

趋势六:行业化趋势。行业化一定是 CRM 的趋势,一种细分市场的竞争让 CRM 理念能够迅速规模化地拓展。例如,明源 CRM 系统融合了多家地产领先企业的最佳业务实践,是在地产行业内得到广泛应用的成熟产品。CRM 系统涵盖地产企业市场营销、销售租赁、客户服务及客户互动门户等一系列与客户相关的业务流程,有效管理客户整个生命周期,实现客户价值最大化。

因此,未来的 CRM 将出现多种态势,在我国展现出巨大的发展潜力和广阔的市场前景,值得我们学习与探索。

1.2 CRM 软件安装及配置

CRM 软件安装

你作为一位从事客户关系管理事务相关的工作人员,正准备为你所在的公司开展客户关系管理的业务,你必须具备熟练操作一款 CRM 软件的能力。请你以一款小型 CRM 软件为工具,通过学习体验 CRM 软件的安装与使用,掌握完成客户关系管理工作所需的基本技能。

为此,你需完成以下三个子任务。

任务 1:数据库软件安装。

任务 2:CRM 软件安装。

任务 3:CRM 软件的基本配置与操作。

本节主要考虑对客户关系管理工具的熟练操作能力,学习要点在于能对软件进行安装操作,以及对计算机基础知识包括操作系统的运用。

建议根据用户类型、电脑操作系统及客户关系管理软件不同分别进行软件安装与运用。

1. 针对个体户和小型企业

(1) 针对 32 位机器,特别是 XP(体验)系统,源海客户关系管理软件的局网版(可通用于单机版)的安装与操作如下。

下载服务器端软件并安装:yhcrm0500c_s.exe。

下载客户端软件并安装:yhcrm0500c_c.exe。

(2) 针对 64 位机器,源海客户关系管理软件的局网版(可通用于单机版)的安装与操

作如下。

下载安装：VMware-workstation-full1413(可从互联网上下载最新版)。

下载解压：WinXP-YHCRM. rar。

打开 VMware 软件，打开虚拟机，打开 WinXP-YHCRM 解压目录下的 Windows XP Professional。

2. 针对中小型企业(大型企业可参考)

学习针对中小型企业的 SAP Business One 8.8 的安装与相关客户关系管理部分的操作。

源海客户关系管理软件具体安装步骤可参照本节的“知识链接”。

知识链接

1.2.1　源海客户关系管理软件的安装

1. 源海客户关系管理软件简介

源海客户关系管理软件是将客户信息处理、客户服务、沟通管理、产品图像显示及客户关系管理理念结合在一起的企业客户关系管理类软件，它能帮助企业建立完善的产品资料库、客户资料信息库，具有清晰、逼真的图形展示技术，强大的信息查询功能，高效、价优、实用的特点，为相关企业的销售模式及业务关系经济地引入现代化先进管理技术及崭新的客户关系管理理念。软件采用共享软件营销模式经营，主要适合中小企业业务员、业务管理人员及个体户企业业主使用。

2. 软件安装步骤

以 yhcrm5.0 局网版为例(单机版参照局网版)，详细安装及配置步骤说明如下。

提示步骤：

(1) 安装 yhcrm0500c_s. exe 服务器端。

① 先安装源海客户关系管理的服务器端，找到安装程序 yhcrm0500c_s. exe，双击该文件，单击 Next 按钮，然后会看见如图 1-1 所示的对话框。

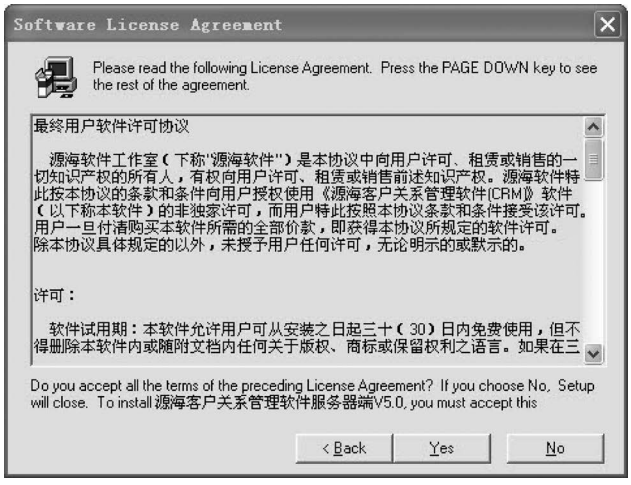

图 1-1　服务器端软件许可

② 直接单击 Yes 按钮,进入下一步,会出现如图 1-2 所示的对话框。

图 1-2 服务器端软件特点说明

③ 单击 Next 按钮,出现如图 1-3 所示的对话框。

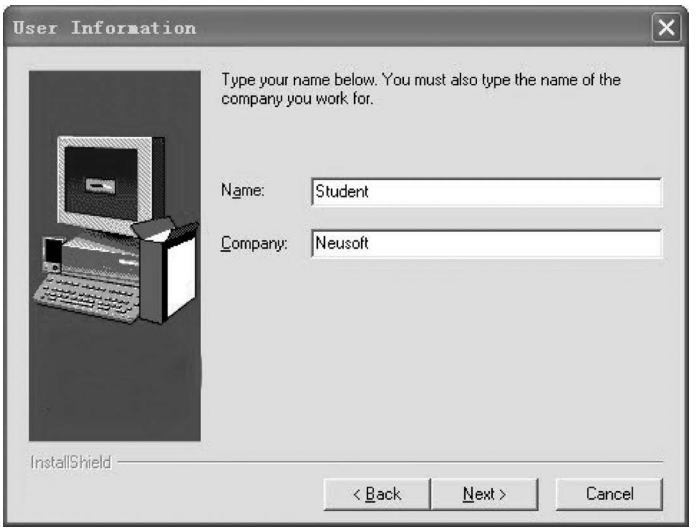

图 1-3 服务器端软件信息

④ 单击 Next 按钮,出现如图 1-4 所示的对话框,单击 Browse 按钮选定安装的系统盘,出现如图 1-5 所示的对话框。

⑤ 单击 Next 按钮,出现如图 1-6 所示的对话框。

⑥ 单击两次 Next 按钮,就完成服务器端的安装,出现如图 1-7 所示的对话框。

提示:安装服务器端时,直接单击 Next 按钮即可。另外,需找到数据库安装程序进行安装,否则客户端将无法启动。

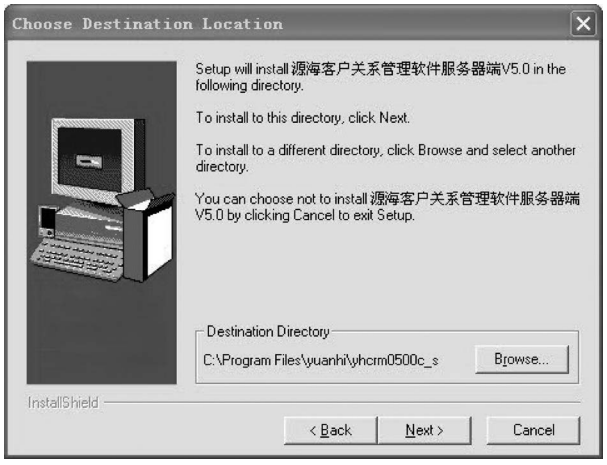

图 1-4　服务器端软件安装默认目录

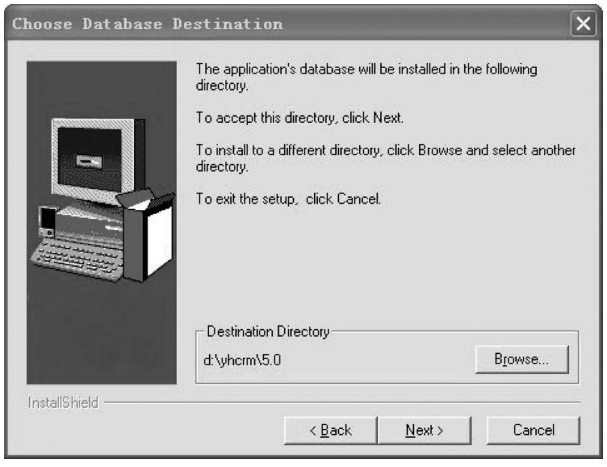

图 1-5　服务器端客户数据建议安装目录

图 1-6　服务器端软件安装

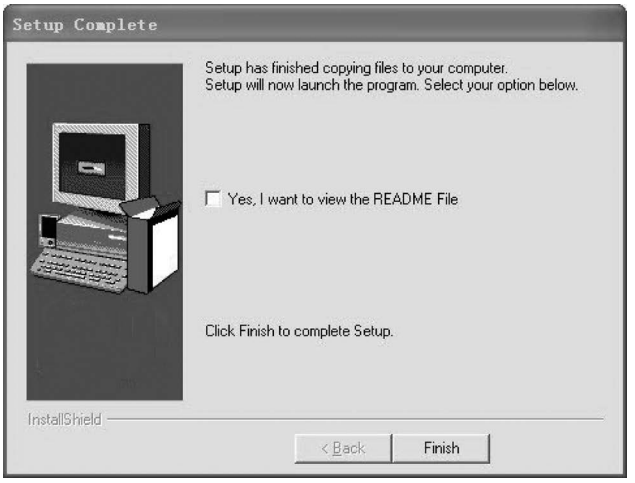

图 1-7 服务器端软件安装完成

(2) 在服务器机上安装 InterBase 7.0 服务器端。如图 1-8 所示,在启动程序组中选择数据库安装程序,按图 1-9 和图 1-10 所示进行操作,出现如图 1-11 所示的对话框,完成服务器端的安装。

图 1-8 服务器端数据库安装

图 1-9 服务器端数据库安装向导

图 1-10　服务器端数据库选择

图 1-11　服务器端数据库安装完成

提示：在安装服务器端或单机版时，选择数据库组件时一定要选择安装服务器端（图 1-10），否则软件会提示“数据库是否安装”，软件不能正常启动。

（3）在客户机上安装 yhcrm0500c_c.exe 客户端。

① 找出客户端的安装程序 yhcrm0500c_c.exe，双击出现如图 1-12 所示的对话框。

② 单击 Next 按钮，出现如图 1-13 所示的对话框。单击 Yes 按钮，下面每一步都单击 Next 按钮，如图 1-14 至图 1-16 所示，最后出现如图 1-17 所示的对话框，单击 Finish 按钮完成安装。

（4）在客户机上安装 InterBase 7.0 客户端。安装方法类似于安装 InterBase 7.0 服务器端，只是在选择安装组件时须选择客户端，如图 1-18 所示。

图 1-12 客户端软件安装

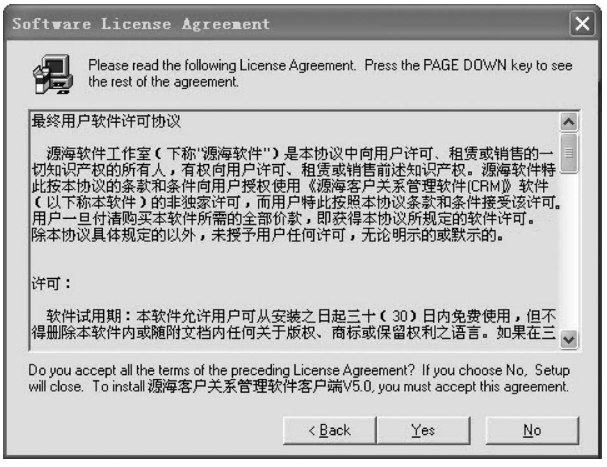

图 1-13 客户端软件许可

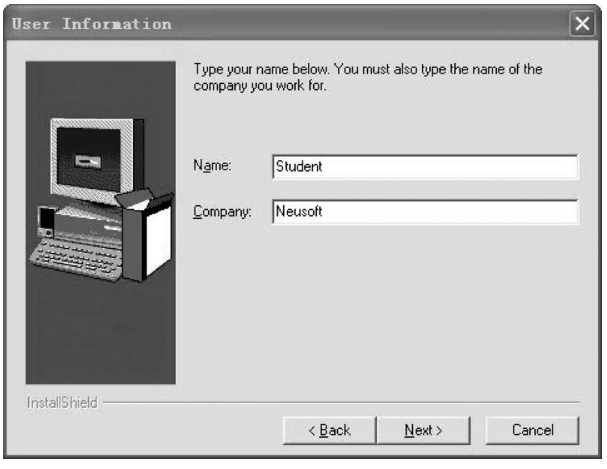

图 1-14 客户端软件信息

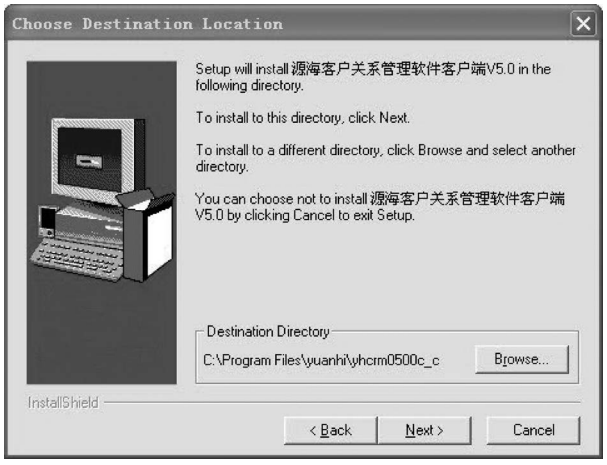

图 1-15　客户端软件安装目录

图 1-16　客户端软件程序组

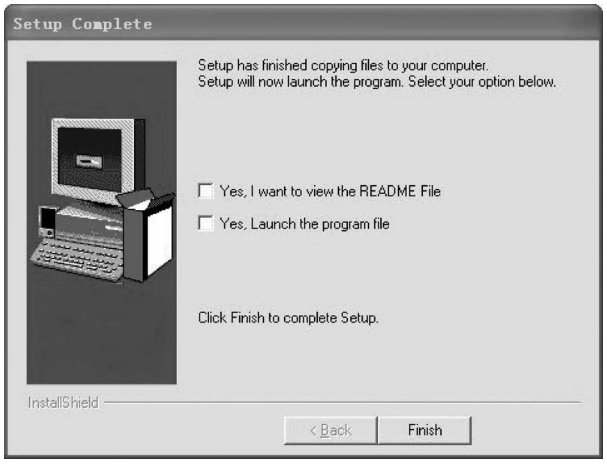

图 1-17　客户端软件安装完成

图 1-18 客户端数据库选项

(5) 配置并启动客户端。

① 如图 1-19 所示,首先启动服务器端,单击即完成配置。

② 启动客户端,用户名称选择“admin”,首次密码为空,如图 1-20 所示。

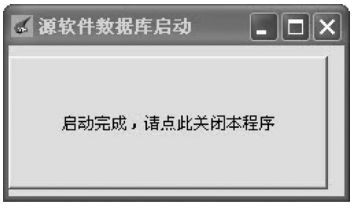

图 1-19 服务器端数据库启动

图 1-20 客户端软件登录

③ 单击“确定”按钮,弹出如图 1-21 所示的操作界面。

网络版联机说明:在进行客户端登录服务器的配置时,启动客户端,执行软件的“系统/系统选项配置”命令,出现如图 1-22 所示的对话框,在其空白窗口中输入你需登入的服务器的 IP 地址(网际协议地址),如果服务器与客户端为同一计算机,则可如图 1-22 所示输入“127.0.0.1”,单击“确定”按钮就可以了。

作为服务器端的主机,如果将“Windows 防火墙”设为“关闭”状态,则客户端可正常连接;如果设为“启用”(图 1-23),需在“例外”选项卡(图 1-24)中选中“IBServer”复选框(图 1-25),否则主机会阻止客户端登录。

单机版的软件安装方法类似于局网版,需注意的是在数据库安装时务必安装 InterBase 7.0 的服务器端(图 1-10),否则程序不能正常运行。

图 1-21　客户端软件主界面

图 1-22　客户端软件配置

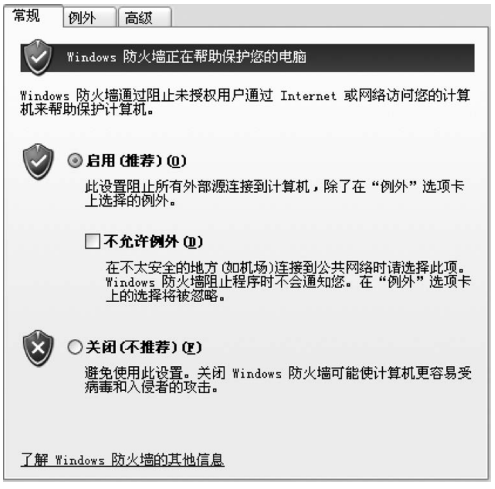

图 1-23 Windows 防火墙基本设置

图 1-24 Windows 防火墙例外设置

图 1-25 Windows 防火墙中例外程序选择

3. 软件配置说明

(1) 显示器分辨率最好设置为 1 024×768 或 800×600。

(2) 建议软件安装时采用默认安装路径,数据库安装在 D 盘,如果没有 D 盘,可安装在 C 盘。

(3) 软件安装后,测试应用时,可先在自己的计算机上单独安装服务器端与客户端,启动软件,完成安装,然后两台计算机互相配置对服务器端与客户端进行测试。

4. 软件使用的基本流程

1) 数据初始化操作

2) 基本资料库建立

(1) 本企业(公司)基本资料库。

① 本企业(公司)的基本信息库建立(注册时根据注册信息自动建立)。

② 本企业(公司)员工资料库建立。

③ 产品种类库建立。

(2) 客户资料库。

① 公司性质资料库。

② 信用等级资料库。

③ 重要程度资料库。

④ 客户接触方式库。

⑤ 客户资料库。

3) 权限管理设置

要求先建立本公司操作软件的员工资料库。

4) 软件功能使用(无先后次序)

(1) 业务过程。

① 客户接触。

② 邮件沟通。

③ 音乐提醒。

④ 样品资料库操作。

⑤ 产品图形展示。

(2) 统计分析。

① 客户需求统计。

② 联系记录统计。

③ 服务记录统计。

④ 订单统计。

⑤ 客户投诉统计。

(3) 数据查询。

(4) 数据输出。

① 报表输出。

② 打印输出。

③ Excel 输出。

1.2.2 SAP 及 SAP Business One 介绍

1. 关于 SAP

SAP 公司成立于 1972 年,总部位于德国沃尔多夫市,1995 年走进中国,多年来,各行各业的企业都在使用 SAP 的产品,运用领域包括财务、采购、人力资源、供应链和客户体验等,截至 2024 年,公司云解决方案用户数量达 2.8 亿,产品遍布 158 个国家/地区,在全球拥有 24 000 多家合作伙伴。[①]

2. SAP Business One 介绍

SAP Business One 是一种配有 CRM、制造和财务等强大核心功能的软件系统及解决方案。这一解决方案包含主要工作流程并针对不同国家或地区的个体情况进行了本地化处理,如各个国家或地区的法律、币种和财务要求,可在任何国家或地区使用。使用 SAP Business One,可以通过包含财务、客户关系管理、制造和管理控制功能的单个系统来访问实时信息。该应用程序可分为多个模块,分别涵盖相应的领域。SAP Business One 的安装使用见本书附录部分。

使用 SAP Business One 应用程序中的客户关系管理能更迅速地达成交易,为客户提供更出色的服务。这些工具支持企业实现销售流程的自动化并有效管理销售周期内的各项活动,包括首次接触、报价、达成交易以及售后服务和支持。其中,密切集成的功能覆盖营销、销售和服务领域,可以帮助企业深入、全面地了解潜在客户和现存客户,更好地理解并满足其需求。

利用销售与商机管理工具,企业可以创建报价单,输入订单,实时检查所有仓库,了解可用库存并处理交付事宜,记录新的销售机会及相关信息,如线索来源、潜在竞争、交易规模和销售阶段。企业可以将任务、合同和商机在 SAP Business One 和 Microsoft Outlook 之间实现同步,利用电子邮件即时查看客户数据。

通过快速响应服务和支持呼叫,企业可以确保持久的客户满意度。SAP Business One 中的服务管理功能支持企业进一步优化服务运营、服务合同管理和客户支持水平。

SAP Business One(包括 Crystal Reports 软件)中强大的报表功能支持企业按照地域、客户或产品分析各种销售机会,进行销售预测并评估销售和服务部门的表现。

3. SAP Business One 公司创建和初始化

(1) 创建客户公司作为新的 SQL Server 数据库。要新建公司,请选择“管理→选择公司”,然后选择“新建”。接着选择本地化、科目表和过账期间。创建公司后,你不能更改本地化版本。本地化版本为新公司激活本地表和本地功能。

(2) 在创建公司之前,你应该与客户一起制定有关科目表和过账期间的决策。

每个本地化版本的 SAP Business One 都提供了科目表模板。如果选择“模板”选项(学生推荐操作),那么你可以在模板中编辑科目。还可以选择“用户定义”选项,这样你将会看到可以手动创建的空白科目表。注意过账交易后就不可以更改科目表选项。

---

① 资料来源:http://www.sap.com.cn.

如果要为上一会计年度导入或过账交易，那么你必须在定义当前年度的过账期间之前对上一年度的过账期间进行定义。一旦完成对当前年度过账期间的定义，你便不能添加上一年度的过账期间。

(3) 你可以选择是否要将用户定义的字段和表从你现有的公司复制到新公司。在你为已配置的客户上线公司创建用于系统测试的副本时，可进行此操作。

(4) 在你新建公司时，用户默认创建为“manager”。为此用户输入密码，默认“manager”，然后首次登录公司。

(5) 如果你正在 8.8 版系统中创建公司，那么新公司必须支持在所安装许可证中指定的相同本地化版本。如果这是新版本 SAP Business One 安装，且尚未安装许可证，那么你仍可新建公司。在“创建公司”窗口选中试用版本复选框。即使有效期为 31 天的窗口到期，你仍可以安装许可证密钥，并将其应用到试用公司。

(6) 建议非财会类教学直接选择系统演示的公司进行，不创建新公司。选择系统演示的公司后还会进行过账处理，可以过账到当前月。

思考与讨论

1. 通过招聘现场或网上调查获知相关客户关系管理的岗位有哪些？它们的岗位能力需求分别是什么？

2. 从身边的人及事务开始，谈谈你对客户关系管理的理解。

实训题

实训 1-1　基 本 结 构

主题：基本结构

完成这些练习后，学员将能够：

(1) 解释源海 CRM 是如何针对个体用户市场提出解决方案的；

(2) 指出源海 CRM 的安装要点；

(3) 登录源海 CRM 系统。

你想开始使用源海 CRM。因此，在安装好源海客户关系管理软件后，必须首先登录软件系统，选择 admin 用户进入。

1. 源海 CRM 解决方案适合于哪类企业

一般来说，哪种源海 CRM 软件解决方案适合于哪种规模的企业？

2. 源海 CRM 的安装要点

(1) 源海 CRM 的安装数据库是什么？

(2) 安装网络版的源海 CRM 的服务器端需要安装数据库的哪一部分？

(3) 安装网络版的源海 CRM 的客户端需要安装数据库的哪一部分？

(4) 源海 CRM 网络版的服务器端与客户端可以安装在一台计算机上吗?

3. 如果你想使用源海 CRM 进行实训

(1) 启动源海 CRM 软件。

(2) 登录源海 CRM 系统时,如果要进入的服务器为本机,在系统选项配置的数据库所在路径中,应输入的服务器 IP 地址为(　　)。

(3) 在首次访问源海 CRM 时,用户名为"admin",密码是什么?你如果想要更换用户密码,应如何进行?

4. 如果你想使用 SAP Business One 进行实训

(1) 启动 SAP Business One。

(2) 在欢迎访问 SAP Business One 窗口的用户代码字段中输入任何字母,在密码字段中则不进行输入。

(3) 进入选择公司窗口。使用用户名"manager"和密码"manager"登录。选择"OEC 中国有限公司"相应数据库。

(4) 制定过账期间的决策。为过往会计年度导入或过账交易,直到当前年度的期间为止。如有需要,选择 SAP Business One 科目表"模板"选项制定有关科目表。

(5) 你想用你喜欢的语言和其他显示参数(如字体、日期格式)来使用 SAP Business One 系统。转到"系统初始化"/"一般设置"/"显示",将语言改为简体中文,再转到"系统初始化"/"一般设置"/"字体和背景",将字体改为宋体,字体大小改为 12 或 14,然后根据你的喜好对其他项进行更改后,单击"确定"按钮退出。

(6) 你已确定有关销售订单、采购订单和销售机会的事务是今后会经常用到的事务。为这些事务分配功能键 F2、F3 和 F4(表 1-2 至表 1-4)。

表 1-2　分配功能键 F2

字段名称或数据类型	值
快捷键	F2
模块	销售-应收账款
窗口	销售订单

表 1-3　分配功能键 F3

字段名称或数据类型	值
快捷键	F3
模块	采购-应付账款
窗口	采购订单

表 1-4　分配功能键 F4

字段名称或数据类型	值
快捷键	F4
模块	销售机会
窗口	销售机会

(7) 使用拖放相关功能查找所有采购订单。转到拖放相关菜单,使用下列两种方法之一查找采购订单。

选项 1：选择采购订单。系统将显示所有采购订单。然后,使用筛选功能,以便只选择供应商 V20000 的采购订单。

选项 2：选择业务伙伴。系统将显示所有业务伙伴。将业务伙伴 V20000 拖到采购订单中,以便只查看供应商 V20000 的采购订单。

实训 1-2　员工管理及权限配置

主题：员工管理及权限配置

完成这些练习后,学员将能够：

(1) 进行公司员工信息管理；

(2) 配置不同员工的权限。

首先选择 admin 用户登录系统,然后增加员工信息,再配置员工的权限。

1. 选择 admin 用户登录系统,进行员工信息增加操作

(1) 在主菜单“基本信息”中单击“员工资料”,进入“员工资料”窗口。

(2) 单击“增加”按钮,输入本公司业务员资料信息,简称可用编码代号输入,姓名输入自己的名字,部门输入售前支持或业务员等,保存。

(3) 单击“增加”按钮,输入本公司业务经理或客户关系管理员资料信息,简称可用编码代号输入,姓名输入自己的名字＋经理,部门输入客户关系,保存。

2. 选择 admin 用户登录系统,根据员工的工作岗位与性质的不同,对员工进行权限管理操作

(1) 执行“系统→权限管理→操作员密码及权限设置”命令。

(2) 单击“增加”按钮,在弹出的“选择员工”窗口中单击下拉按钮,选择使用者名称。

(3) 在相应栏中,给该员工按本窗口下的“附注”选择权限,并给该用户设置密码,保存。

3. 选择 admin 用户登录系统,对员工进行权限修改操作

(1) 执行“系统→权限管理→操作员密码及权限设置”命令。

(2) 单击“修改”按钮,在相应栏进行修改后,单击“保存”按钮。

4. 进入主菜单“系统”,当在“超级用户”栏设置“True”时,表示该员工具有什么权限

如需将员工权限设置为“True”可按哪个字母？设置权限为“False”可按哪个字母？

5. 在 SAP Business One 软件中,你作为销售部门的销售人员之一,请创建个人的员工主记录

(1) 从 SAP Business One 主菜单中选择“人力资源”下的“员工主数据”。单击“添加”按钮,在“一般范围”字段中,指定所需的一般信息。你也可以插入图片。

(2) 完成以下选项：

① 在“地址”选项卡中,指定员工的工作地址和家庭地址；

② 在“员工身份”选项卡中,指定员工在公司中的角色以及员工所属的团队；

③ 在“行政”选项卡中,指定员工的雇用期间和状态,以及有关缺勤、教育、考评和工作经历的信息;

④ 在“个人信息”选项卡中,指定诸如出生日期、婚姻状态和身份证号码之类的信息;

⑤ 在“财务”选项卡中,指定员工的工资、成本和必要的银行明细;

⑥ 在“备注”选项卡中,可在需要时添加注释;

⑦ 在“附件”选项卡中,可链接有关员工的单据和文件。

(3) 单击“添加”按钮。

案例分析

以客户需求为核心的顺丰

顺丰一直以客户需求为核心,提升员工的业务技能和素质,谨守服务承诺,建设快速反应的服务团队,努力为客户提供更优质的服务,全天候不间断提供亲切和即时的领先服务。从客户预约下单到顺丰收派员上门收取快件,1小时内完成;快件到达顺丰营业网点至收派员上门为客户派送,2小时内完成,实现快件“今天收明天到”(偏远区域将增加相应工作日),尽量缩短客户的贸易周期,降低其经营成本,提高市场竞争力。

问题:通过阅读本案例,结合网上数据调查,谈谈你对客户关系管理的理解。

即测即练