

电子商务CRM的市场前景电子商务师考试 PDF转换可能丢失
图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_645103.htm 一、CRM的起步及目前发展状况

客户关系管

理CRM(CustomerRelationshipManagement)最早由美

国GartnerGroup提出，自1997年开始，经过几年的发展，全球

的CRM市场一直处于爆炸性的快速增长之中。1999年全球

的CRM市场收益约为76亿美元。据市场分析专家预测，2000

年全球CRM市场收益将超过120亿美元，2004年将达到670亿

美元。年增长率将一直保持在50%以上。目前，我国的CRM

市场也已开始启动。像以往的ERP、电子商务等新理念一样

，CRM在国内的发展经历了从概念传入到市场启动这样一个

过程，而这些新理念对推动我国信息化建设将发挥积极的作

用。那么，CRM的基础是什么？它是一种以“客户关系一对

一理论”为基础，旨在改善企业与客户之间关系的新型管理

机制。“客户关系一对一理论”认为，每个客户的需求是不

同的，只有尽可能地满足每个客户的特殊需求，企业才能提

高竞争力。每个客户对企业的价值也是不同的，通过满足每

个客户的特殊需求，特别是满足重要客户的特殊需求，企业

可与每个客户建立起长期稳定的客户关系，客户同企业之间的

每一次交易都使得这种关系更加稳固，从而使企业同客

户的长期交往中获得更多的利润。CRM系统的宗旨是：为了

满足每个客户的特殊需求，同每个客户建立联系，通过同客

户的联系来了解客户的不同需求，并在此基础上进行“一对

一”个性化服务。二、我国CRM市场的发展 在ERP市场开始

逐渐萎缩的同时，CRM正在成为全球范围内新兴的客户服务市场。据调查，1999年初，我国的CRM市场几乎为零。与此同时，我国的CRM市场正在迅速地孕育产生。从1999年下半年开始，CRM就开始在中国IT业内风风火火地热了起来，不管是投资商、用户还是国内外软件厂商都开始关注它。经过几年的酝酿，我国的CRM市场已经是小荷初露尖尖角，呈现了自身独有的特点。（1）国内CRM市场处于萌芽时期 由于国内市场起步晚，无论是从产品结构、区域结构、行业结构，还是从销售渠道来看，整个市场体态都还不健全。随着我国进入WTO后引发的经济格局的变化，给这些行业带来了巨大冲击，它们在感受新机遇的同时也感到了竞争的压力。在这种机遇与竞争的双重压力下，很多颇具发展眼光的用户选中了能提高营业额、扩展新商机的CRM产品。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问

www.100test.com