

项目管理知识：CRM与电子商务 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/65/2021\\_2022\\_\\_E9\\_A1\\_B9\\_E7\\_9B\\_AE\\_E7\\_AE\\_A1\\_E7\\_c41\\_65796.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/65/2021_2022__E9_A1_B9_E7_9B_AE_E7_AE_A1_E7_c41_65796.htm) 当我们谈到电子商务的时候，不仅仅是指网页的设计或网上商城的模式，所有可以促进从"批量生产"转变为"批量定制"的手段都可以容纳到"电子商务"的范围中，CRM在其中只是一个子集。在与内地企业洽谈CRM（客户关系管理）的策略和实施方案的时候，我们发现不少企业管理人更愿意探讨一些更为宏观的"电子商务"（e-Business）方面的话题，有人甚至认为CRM就是"电子商务"。在这篇文章里，我们来看看电子商务和CRM之间的联系和区别。信息技术的发展使批量定制成为可能 网络的出现和迅速普及是一项划时代的变革，许多人把它对人类社会产生的冲击，与19世纪蒸汽机的出现相提并论。但是网络究竟能够如何改变我们的生活呢？对这个问题的简略的回答是：网络将使社会经济模式的核心流程从批量生产（mass production）转变为批量定制（mass customization）。所谓批量生产，就是广泛运用流水线、细化分工和现代管理形成社会化大生产的制造能力。卓别林在他的黑白喜剧片《摩登时代》里形像地表现了流水线如何把每一个人的活动都变成一道工序，每一道工序又如何进行高频重复以达到大批量生产的目的。今天，无论是机械自动化程度还是流水线的灵活性都大大提高了，那种把工人当成"机械手"的不人道的运作方式已经普遍改善，但是社会化大生产的核心流程并没有变。如果去上海大众、首都钢铁厂或海尔这些大型制造企业参观一下，就不难发现，这些企业仍然要以产品型号分成流水线

进行组织加工。批量生产让人们摆脱了分散的手工作坊的操作，进入了“机器时代”，细化分工形成了规模效应，大大提高了生产效率，使得“现代社会”的每一个人可以用很低的价格获得生活资料，提高了生活水平。如果没有批量生产，不能想像普通的中产阶级家庭可以拥有汽车、手机、电视、冰箱……但是这不是说批量生产是十全十美的，一个重要的缺陷就是它使用户的选择范围减少了，“现代社会”牺牲了丰富的个性色彩，变得单调和重复。一件最合身的衣服应该是量身量做的，但是今天多数人只能选择到街上的成衣店去购买，如果店里没有特别合适你的号码，或者如果你要求上衣是8号，裤子是4号的，成衣店可能不愿意卖给你，因为这可能形成库存积压，积压的库存最后不得不倾价促销，这意味着利润的减少，所以有时厂家会选择得罪少部分的用户，以保持批量生产、批量销售带来的规模效应。这对消费者来说，如果你的要求不同于“大部分”人的平均水准，就无法得到最适合的产品与服务，而完全等同于“平均”水平的消费者并不存在，也就是说，每个人都多多少少地为“社会化大生产”做出了牺牲。例如，你的左右脚不一样大，那么就必须要让买来的新鞋“磨合”一段时间，除此之外，别无他法。为了让用户更为满意，同时保持批量生产带来的低成本和高效率，长期以来人们进行了多种尝试，包括进行市场细分，不断吸收用户反馈，设计可调整流水线和运用自动控制技术等等，但是到今天为止，这些努力都没有达到惊人的成效。原因是每个用户都太特殊了，要让产品做到“完全合适你”，“为你定制”，用户和企业之间必须有不间断的迅速的“一对一”的信息交换，在网络没有出现之前，这只能是科幻小说。但是现在，网

络提供了一种低成本、快速的信息交换渠道，批量定制正在变为可能。比如说过去购买CD，也许你要为了中意的一支歌曲，而买下整张CD，因为你和CD厂商之间无法及时进行信息交换，他在制作CD的时候只能提供这一种组合选择。而网络上的mp3就没有这个问题，每支mp3都是单曲，你可以在一个庞大的歌曲库里选择你最喜欢的歌曲，进行跨歌手、跨类别的组合，组合顺序也可以自行决定，你设定的mp3歌曲集就是"为你定制"的。IBM也推出了可以直接在网上下载定制CD的技术工具。这种"批量定制"并没有牺牲批量生产的低成本和高效率，而节省了刻印不受欢迎的单曲而花费的社会成本。这种"批量定制"还不仅仅是在制造方面，从设计到组装到运输到付款到维修，每一个环节都存在为用户"量身定做"的需求。什么样的组织结构，什么样的商业流程，什么样的数据处理平台可以同时为大量的用户细致地完成各环节的"量身定做"？这就是"电子商务"要解决的。CRM只是电子商务的子集当我们谈到电子商务的时候，不仅仅是指网页的设计或网上商城的模式，所有可以促进从"批量生产"转变为"批量定制"的手段都可以容纳到"电子商务"的范围中。数字化信息存储和交换、无线通信、信息家电、Internet.....这些以比特为载体加速了信息流通的商业行为都是电子商务。除非社会的各个方面都达到了信息的安全迅速无缝流动，并且在物流和实物传输方面配合得上，否则"新经济"就谈不上已经成型。因此，可以说，电子商务是一个非常大的概念，CRM在其中只是一个子集。CRM不能"包治百病"。同时我也认为，任何宣称某种软件可以让传统企业甩掉包袱，马上进入"信息时代"的说法都是极不负责任的。CRM可能是企业进行转变的最

好突破口，它的效力初步证明了加快流动的信息可以有效地降低成本，为企业新增价值。但是CRM不是包罗万象的"电子商务"，它有一个适用范围。这个范围就是涉及市场营销、销售、维修、电话服务、交互式网络联系和售后服务这几个方面的客户信息集成。也就是说只要涉及到企业和客户之间的信息交换，就应该运用到CRM。但是超出这个范围的，比如设计、研发、物流管理和财务管理等等，不能完全由CRM来解决。 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](http://www.100test.com)