

2024-2030年中国客户关系 管理系统（CRM）市场增长点与投资价值分析报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2024-2030年中国客户关系管理系统（CRM）市场增长点与投资价值分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/report/501285KM8H.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2025-07-05

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2024-2030年中国客户关系管理系统（CRM）市场增长点与投资价值分析报告》介绍了客户关系管理系统（CRM）行业相关概述、中国客户关系管理系统（CRM）产业运行环境、分析了中国客户关系管理系统（CRM）行业的现状、中国客户关系管理系统（CRM）行业竞争格局、对中国客户关系管理系统（CRM）行业做了重点企业经营状况分析及中国客户关系管理系统（CRM）产业发展前景与投资预测。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。

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CRM7.3.2 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 杭州逍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 Corporation10.9.1 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）行业趋势预测和市场空间预测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）投资前景11.2.1 政策风险11.3.2 技术风险11.2.3 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）行业投资策略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：<http://www.bosidata.com/report/501285KM8H.html>