

DOI:10.12361/2661-3263-05-09-116129

基于客户价值的企业客户关系管理对策分析

胡绍华

北京强度环境研究所, 中国·北京 100000

【摘要】随着我国市场经济的不断发展, 市场竞争日渐激烈, 企业的客户关系管理成为影响企业发展的关键。企业唯有重视客户关系管理才能稳定客户, 从而根据客户的实际需求不断完善与优化销售流程, 进而使客户满意企业的服务, 提高企业的经济效益, 这也是企业客户价值的体现。鉴于此, 本文的主要内容是分与研究基于客户价值的企业客户关系管理对策。

【关键词】客户价值; 客户关系管理; 企业; 对策

Analysis of Enterprise Customer Relationship Management Countermeasures Based on Customer Value

Hu Shaohua

Beijing Strength and Environmental Research Institute, Beijing 100,000, China

[Abstract] With the continuous development of China's market economy, the market competition is becoming increasingly fierce, and the customer relationship management of enterprises has become the key to affect the development of enterprises. Only by paying attention to customer relationship management can enterprises stabilize customers, so as to constantly improve and optimize the sales process according to the actual needs of customers, so as to make customers satisfied the service of the enterprise, improve the economic benefits of the enterprise, which is also the embodiment of the value of enterprise customers. In view of this, the main content of this paper is to study the enterprise customer relationship management countermeasures based on customer value.

[Keywords] Customer value; Customer relationship management; Enterprise; Countermeasures

受全球化经济的影响, 我国企业数量与规模逐步提升, 使得同行市场竞争关系逐渐增多, 部分企业很难在竞争激烈的市场环境中长期生存下去。企业获取可观的经济效益离不开对客户关系的良好管理, 客户是企业的主要服务对象, 只有不断提升客户关系的管理质量, 才能有效稳定企业的市场竞争力, 体现出客户的价值。因此, 本文的主要内容是分析企业客户关系管理的现状, 进而讨论与研究基于客户价值的企业客户关系管理对策。

1 客户价值相关概述

1.1 客户价值分析

随着我国信息技术的不断发展与广泛应用, 企业的市场范围与销售渠道逐渐拓宽, 企业所接触到的客户类型也逐渐丰富, 而不同的客户群体有着不同的特点与消费习惯, 导致客户价值也因不同客户群体的差异习惯而有所不同。实际上, 受企业经营活动服务类型与范围的影响, 以及客户群体差异性需求的影响, 企业在进行客户关系管理的时候, 需要依据客户细分理论, 将客户群体进行详细的划分, 进而使得企业可以更好、更有针对性的为客户提供服务。由此可见, 客户价值的分析需要从多个角度进行剖析, 从企业的角度对客户价值进行深层次的分析, 首先企业作为为客户提供服务的主体, 其需要根据不同客户群体的价值制定有针对性的服务方案以及管理策略。客户价值的研究是为了能够帮助企业更好的开展客户关系的关系, 客户价值与客户关系管理之间是相辅相成的关系, 只有满足客户的需求, 让客户感受到企业的优质服务, 才能为企业带来可观的经济效益, 进而体现出客户的价值, 实现企业与客户两者的互利共赢。

1.2 客户关系管理的意义

现代企业的稳定发展与客户的消费支持有着密不可分的关

系, 只有满足客户的实际需求, 提升客户对企业的满意程度, 才能帮助企业实现可持续发展。因此, 现代企业管理的重点管理内容是要重视客户关系的管理, 企业只有通过有效的管理对策去维护好客户关系, 才能促进企业在市场中的进一步发展。企业在开展客户关系管理的过程中, 首先应正确认识客户价值的重要性与意义, 进而明确划分企业与客户两者之间的关系与利益, 以此在保证企业合法利益的前提下, 提升客户的需求与利益, 实现企业与客户之间的良好生态发展。不仅如此, 客户关系管理质量的持续提升, 会促进客户的满意度, 进而为企业吸引更多的客户群体, 促进企业经济效益的稳步提升。常见的客户关系管理的方式有定期汇报、述职、客户管理系统等, 企业需要根据客户的实际需求, 不断优化企业的服务方式, 进而与客户始终保持良好的关系, 是企业的发展拥有持续的助推力。

2 目前企业客户关系管理的现状

现代企业客户关系管理工作实际上是以一种围绕客户价值评定而进行的客户需求差异化管理。客户价值实际上就是现代企业开展客户关系管理的核心理论结构。受企业经营活动类别的不同, 其不同的企业类型所对应的客户群体都具有一定普遍性特点, 因此企业在进行客户关系管理的时候都会存在普遍性的差异。就客户关系管理工作理念而言, 其在一定程度上代表企业是否拥有先进的管理理念与管理手段, 只有将客户关系进行高效的管理, 才能为企业有效的经营活动指导方案与管理思想。企业客户管理管理的最终目的是为了提升企业的市场竞争综合能力, 使企业可以在竞争激烈的市场环境中站稳脚跟。不仅如此, 受国外经济对我国市场经济的冲击影响, 企业只有持续提升自身的市场竞争综合能力, 才能确保企业自身不会被市

场淘汰、同行吞并。所以,当下,为了更好的紧跟时代的发展,企业应根据自身的经营管理状况与客户需求,制定具有针对性客户关系管理策略,逐步在企业内部树立以客户为中心的发展战略目标,以有效的管理与运营手段增加客户与企业之间的粘性,进而促进客户价值的实现。常见的企业客户管理工作流程包含识别客户、分析客户差异、促进客户互动、产品调整等,每项管理工作环节都是为了能够更好的划分客户群体,满足客户的需求。除此之外,企业在开展客户关系管理工作时必须要以企业现有的管理现状入手,挖掘与分析企业现有客户的需求与诉求,进而在此基础上,做客户市场调研,制定出符合企业实际发展目标的客户管理策略,以便企业更好的了解客户价值与需求,促进企业的快速发展。

3 基于客户价值的企业客户关系管理的对策

3.1 完善与优化企业客户管理模式

企业管理者在落实客户关系管理工作时要着眼于当前成果,以既定的规章制度和工作要求为基础,不断发展和完善客户管理模式。例如,部分企业对客户的特征及其客户价值做出了简单分类,将客户分为三类:一般客户、潜在客户和黄金客户。依托于数据分析,向不同品种的客户介绍和给予不同风格的商品和服务。很多企业现阶段普遍存在的一个问题是,很难对所有的客户数据有一个全面的管理方法^[1]。因此,在对客户进行聚类 and 细分时,可以使用 K-means 聚类算法。这种方法可以帮助客户进行人群分区工作,进行客户聚类分析和细分工作,客户服务部门必须能够掌握客户专业管理方法的基础知识^[2]。例如,公司在管理已合作多次的客户时,必须确保能够掌握客户的基本信息。同时,要确保在公司工作能力范围内处理好客户满意度,这样既能提高用户的客户粘性,又能增加公司产生的使用价值。如果现阶段企业缺乏专业的客户关系管理能力和服务体系,可以通过构建以客户为导向的企业文化管理体系的方法,在员工内部结构中传播客户权益意识。并务必遵守公司的权益,实现互利共赢。

3.2 合理、科学控制企业运营的资金成本

合理、科学控制企业运营的资金成本可以在一定程度上提升客户关系管理的水平,提升客户对企业的服务满意度。大部分企业在开展预算成本管理工作时,往往将资金成本大部分投入到企业的日常运作与项目管理中,在客户关系管理上投入的资金成本相对有限,使得工作人员在开展客户关系管理工作时很难顺利进行,部分工作人员为有效稳定住客户关系,完成相应的业绩目标有可能会选择自掏腰包来做客户关系管理工作,这种现象使得客户关系管理工作的实际运行状态较为混乱,久而久之,还会直接影响工作人员的工作积极性,使工作人员会企业的认同感下降,并不利于企业的进一步发展。因此,企业管理者应重视客户关系管理工作,并根据企业的实际经营运作资金成本管理情况,合理配置客户管理工作的资金成本管理,确保工作人员能够有效开展客户管理工作,并在资金成本管理工作上,设置一定的监督机制,确保工作人员能够真正有效的落实客户关系的管理工作,进而为企业获取更多的经济效益,以优质的客户服务为企业吸引更多的客户群体,以此充分体现出客户价值,推动企业的进一步发展。

3.3 巩固客户群体,提升客户对企业的满意度

企业不仅要做好客户关系管理工作,还需要做好客户关系维护工作,只有通过有效的巩固客户群体的手段,才能真正意义上满足客户的实际需求,提升客户对企业的满意度,进而增加企业与客户之间粘稠度。常见客户巩固手段主要分为两个方面,其一公司要不断改善与客户的沟通,掌握彼此的信息内容。客户和公司都是经济活动的参与者,不同的经济活动也会产生多种多样的信息内容。客户关系管理的条件是保证信息内容和方式的畅通。这有利于企业及时调整自身的服务项目,也有利于客户把握服务企业的变化。其二是在线客服的质量,这

项工作会直接干扰客户的体验。在线客服的工作范围很广。例如,在售前工作中,必须能够为客户提供各种高效的服务。网络查询,在售后服务层面,也应该保证客户的一些要求。归根结底,一旦发生突发事件,必须建立一个非常完善的应急响应体系,为业务活动提供适当的骨干,兼顾客户的权益,同时我们需要帮助客户照顾好自己,使我们能够长期合作,将用户发展趋势变成可信赖的合作伙伴。

3.4 创新客户关系管理的思维

随着时代的不断发展,创新思维能力逐步渗透到了各个行业、各个领域。因此,企业管理者必须要结合现代时代发展变化形式,不断拓展企业管理的逻辑思维,打破陈旧传统观念的局限。当公司的客户管理对策改进和改变时,一个主要的信息是能够整合该领域的优秀经验和成果,以供参考和借鉴。在中国政府的报告中,李克强总理对过去互联网技术的特点进行了简要的描述和分析,同时明确提出了“互联网技术”的定义,这也意味着在传统领域互联网技术的加入已经成为一种发展趋势。在现场更新的全过程中,客户的管理也可以利用大数据技术的信息管理服务项目来提高技术含量。为进一步改善公司与客户的关系,公司应建立信息化管理用户管理系统,充分利用互联网技术优势,提高客户关系管理水平,促进企业正常经营。而营销工作则需要保证公司营销推广数据库查询中的信息内容及时更新,便于销售人员随时随地对数据进行整理使用,制定科学合理的营销策略,并为新产品的制定和开发提供可靠的依据。销售人员要注意与客户的沟通,保持稳定和谐的合作关系。除此之外,目前我国企业在进行客户关系管理中最常用的便是CRM管理系统,通过CRM客户管理系统可以根据企业所在的行业特点以及经营活动特点,将客户群体进行详细的划分,并制定出合理的管理流程与审批流程。CRM客户管理系统不仅能够提供客户群体划分的功能,还能提供客户信息的存储功能,线上系统的应用可以打破传统空间、时间以及地点的制约性,便于企业中的工作人员可以及时更新客户信息,并通过数据整合与分析功能,实现客户信息的快速查阅功能,进而有效提升企业客户关系管理的效率与质量,实现多人在线的协同办公管理方式,促进企业客户关系管理的信息化发展。另外,CRM客户管理系统还可以根据企业的管理需求,设置相应的营销模块,为企业提供科学、合理的营销计划、营销策略以及营销收益目标等工作内容的分析,增加客户信息资源的利用率,深入挖掘客户信息数据中隐含的客户价值。

3.5 优化市场营销战略

优化市场营销战略的首要工作内容就是要做好企业客户群体的详细分类,把握不同用户的需求,为客户提供系统的服务项目,提升设备的作用,提高客户对设备的满意度。其中,客户群体的分类要始终围绕客户的实际需求以及企业的管理现状,进而根据企业的市场营销目标将客户群体进行详细的分类,以此制定有针对性的客户关系管理方案。不仅如此,企业要充分吸收客户的建议和意见,为公司做好营销推广工作。如果公司与客户关系比较焦急,需要详细分析当前存在的不足,排除危及公司与客户关系维护的不利条件,构建稳定的客户关系维护。公司应进行市场调研,把握用户需求变化,有效把握销售市场规律,高效整合市场信息,完善客户关系管理。公司应运用合理的分析方法,掌握客户关系管理现状及网络营销工作中遇到的情况,充分展示客户关系管理的使用价值。

参考文献:

- [1] 曹杨. 企业市场营销中客户关系管理的价值[J]. 中小企业管理与科技, 2021(17): 166-167.
- [2] 贾楠. 探究基于客户价值的企业客户关系管理策略[J]. 商场现代化, 2018(20): 99-100.

作者简介: 胡绍华(1982.06.26), 男, 四川, 硕士, 高级工程师, 研究方向: 市场营销, 计划管理。