

CRM 是客户关系管理 ( Customer Relationship Management ) 的首字母缩写，企业为提高核心竞争力，利用相应的信息技术以及互联网技术来协调企业与顾客间在销售、营销和服务上的交互，从而提升其管理方式，向客户提供创新式的个性化的客户交互和服务的过程。其最终目标是吸引新客户、保留老客户以及将已有客户转为忠实客户，增加市场份额。

以前，CRM 软件充当企业建立和培养客户关系的媒介；如今，它已经成为功能强大的工具，从销售管理到会计管理、营销管理等等，为企业提供更多灵活高效的服务。



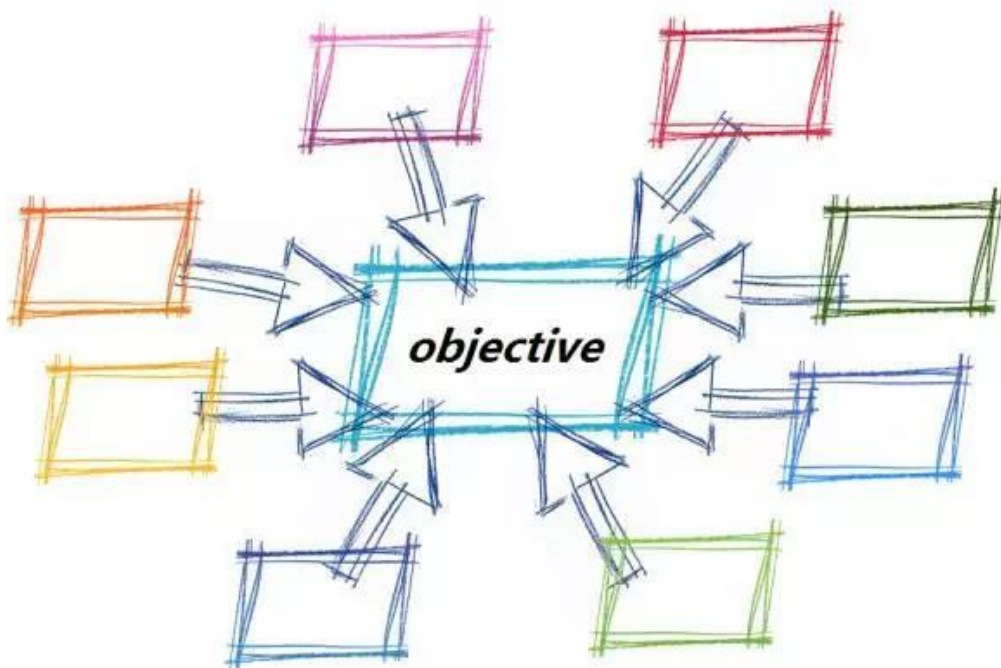
选择正确的 CRM 软件是一项繁琐的工作。您需要充分认识自身需求，了解 CRM 会怎样助力业务。盲目选型是不明智的，对业绩增长无益。

所以，为了方便您选择正确的软件，我们列出了一些 CRM 选型注意事项，这是您在购买前必须考虑的一些事情。

## 明确业务目标

在 CRM 选型之前，明确定义业务目标至关重要。您需要事先获得部署实施 CRM 所需的数据和能力，当然还要有一定的人员配置，支持软件正常运行。

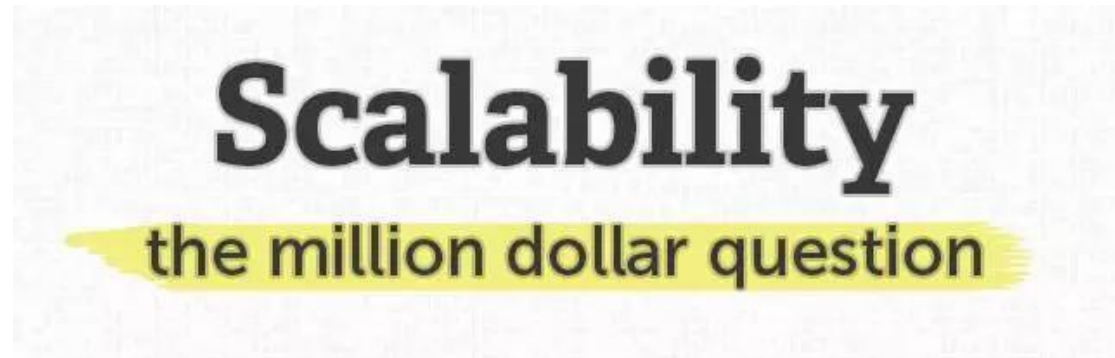
选型必须收集全部 CRM 的使用者（诸如销售、营销和服务等部门）的需求清单。除此之外，综合各种需求做出加权，这份可衡量的、有优先级要求的需求清单，将作为以投资回报率（ROI）形式进行完整分析的依据，用来判断 CRM 软件是否成功应用和未来前景如何。



## 如何扩展？

购买软件的主要目标是实现业绩增长。您的 CRM 必须能够为您服务很长时间，所以选型要有长远眼光，不可急功近利。一个今年似乎有利可图的软件，可能会在明年成为一个坑。

购买独立的解决方案没有任何意义，几年内它就会被取而代之。然而，软件的真实价值和投资回报率取决于为您工作的员工的专业水平。过于复杂的 CRM 软件将无济于事，因为员工不会很乐意去使用它。这将对您的软件的整体生产力形成负面影响。



### 成本和预算

预算将在您选型 CRM 解决方案的最终购买中发挥重要作用。在软件上花费您辛苦赚来的钱是有必要的，因为它会带来长期利益，但您要慎重考虑价格中包含的所有内容，鉴别出哪些服务是被供应商省略掉的。

您需要特别注意系统集成能力、软件定制和额外设备需求——这些将带来额外费用。该软件与您当前的软件需要实现简单、经济的集成，需要大量额外投资的低成本 CRM，将对您的总体成本产生巨大影响。



## 迅速上手使用

我们要避免的情况是：公司上了 CRM 后变得混乱，员工们需要大量专业知识才能熟练使用它。要知道拥有 CRM 的目的是提高团队的整体效率，低采用率将导致软件形同虚设，各种故障会随之而来。

不同部门的团队应对 CRM 的使用情况给出个人反馈。CRM 的使命是为您提供一个简单快速的数据传输服务，使您能够专注于更多的潜在客户，而不是在那些不必要的工作上浪费时间。为了易于使用，您可以与供应商共同“设计”一个 CRM，使您能够根据业务需求自定义软件。



## 改善数据分析能力

数据分析在您的产品销售、营销和服务等方面都是重要驱动力。然而，在每个人都熟练掌握市场调查方法的今天，获得足够的<sup>1</sup>数据不是普遍难题，不足的是数据分析，尤其是与项目紧密相关的数据分析。

CRM 软件将通过部署市场营销、销售和服务功能，使用户有能力跟踪大量数据，这是如今 CRM 最大的价值之一。基于定制化的 CRM，您可以自定义各种维度，对这些数据进行多重分析。



### **移动端支持**

智能手机已经接管了人们生活和工作的各个方面，CRM 也不例外。在这个快节奏的世界中，随时随地访问客户关系管理软件非常有必要。这意味着无论您在哪里，都可以随时跟踪您的业务轨迹。

考虑到 CRM 解决方案的整体价值，移动端是必不可少的一部分。它应该提供流畅的用户体验，无论是桌面设备还是移动设备，该软件必须具有响应能力，并可应用于不同的移动操作系统。

移动互联网时代，CRM 选型一定要选择移动端功能强大、集成能力强的产品，同时要保证服务器响应速度快，优秀的本土化产品是良选对象。



上述要点是您在进行 CRM 选型时必须要注意的一些事情。要记住，选择 CRM 的目的是助力企业业绩长期增长，切不可急功近利。