

2020年中国CRM软件市场分析报告- 行业深度分析与发展前景预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国CRM软件市场分析报告-行业深度分析与发展前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/ruanjian/370748370748.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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。

二、报告目录及图表目录

CRM是客户关系管理，是集成了客户关系管理思想和先进技术成果的系统，最早产生于美国，在20世纪90年代后，随着互联网和电子商务的发展而得到了快速发展，具有客户资源管理、客户权限、外出登记、文档管理、报价管理等功能。

CRM软件系统功能

客户资源管理

支持客户资料的批量导入、支持多联系人管理、支持客户名称的排重、支持多条件搜索。支持客户资料、联系人资料的修改、删除权限的控制。

客户权限

支持批量客户资料的共享、分配和转移操作，支持上级对下级资料的查看，可严格控制业务员可查看的客户范围。

外出登记

如果业务人员需要外出，可以直接在系统中登记，还可以直接按客户进行周计划的外出安排，省去了纸质登记的麻烦。并且有外出登记就有联系记录，容易相互对照。

联系记录

无论是上门还是电话联络或其他联系方式，都可以将本次联络的结果和概要进行小结，以便管理人员的检查和指导，并通过系统进行批复，给出指导意见，加强上下级的沟通。

机会管理

将机会根据一些可衡量的指标，划分为不同的阶段，实时评估项目所处的阶段，这是对项目跟踪最为直接的方法，也是管理层协助业务员开展下一步工作的依据。

文档管理

方便业务人员将和客户往来的有参考意义的电子文档（如我方发送的报价单、解决方案、对方的需求文档等）归档到相应的客户名下，以便后期随时查阅。另外也可以将一些解决方案或公共资料以电子文档的方式放到系统中作为知识库的一部分。

快递管理

将快递单号和销售单号或发票号有机的结合起来，利于对公司服务质量进行全程监控，也利于客我双方对货期查询。

员工中心

员工中心不但能让业务员每周提交周工作计划、总结与建议给管理层了解，而且管理层可以通过员工中心‘以人为本’地了解各人的当期工作记录，一目了然。

商品中心

支持商品的批量导入、支持商品的组合排重（商品编码、商品名称、商品规格）、支持图片

管理功能。

报价管理

支持对客户快速标准报价，支持报价单的复制功能、支持对税率的计算、支持个性化的报价单格式输出和打印。

销售订单管理

支持从报价单生成销售订单、支持单价、含税单价的相互计算、支持审批时的价格折扣控制。支持对上次购买价格的记忆。支持个性化的合同样式的输出和打印。提供业务员销售业绩统计以及商品销售汇总统计。

到款管理

支持同一销售单的多次收款、支持预收款管理及财务费用管理；支持客户期初余额的管理；支持多账户、多付款方式的管理；支持其他币种转换为RMB进行结算。

发票管理

支持同一销售单的多次开票，支持对发票号的管理。

发货通知管理

在销售环节和发货环节之间，由于存在到款或生产的因素，哪些订单可以发送，商品向客户发送的数量是多少，这些问题，之前销售和仓管之间容易起冲突，有了发货通知单，将很好的解决此问题。

费用管理

支持费用报销与客户以及订单号进行关联，支持对费用报销有效期的控制，提供对业务员的费用报销金额的分析。

出库管理

根据发货通知单出库或根据销售订单出库，客户可以自由选择，支持多订单的一次出库，也支持一订单多次出库。支持多仓库管理，并有未发货商品统计及商品出库统计，能对商品在某区域或行业的销售进行进一步分析。有了出库单后，可以选择按销售订单收款，也可以选择按出库单收款，这也是比标准版更灵活的地方。

为了加强出库的管理，增强版还增加了样品单、借出单和归还单，以方便公司对商品的流动情况更好的跟踪管理。

采购管理

支持对供应商及采购价格的管理，支持询价单，支持采购订单调用询价单，也支持通过采购订单生成入库单。支持付款登记以及进项发票登记管理。

库存管理

支持多仓库的库存管理，在标准的出库入库之外，还支持领料、盘点、调拨等标准的进销存功能。支持安全库存报警。并包含商品库存分析和多仓库库存分析。

资料来源：公开资料整理

根据数据显示，2018年全球CRM软件支出达到482亿美元，同比增长15.6%。占企业应

用软件收入总额的近四分之一。

国内方面，在近几年市场也有突飞猛进的发展，不仅有国外的CRM提供商的积极介入，国内的软件开发公司也各施其能。到2019年，CRM云化应用2B市场规模增长到了36.9亿元；并预计到2020年将达到50亿元。

2019-2020年我国CRM云化应用2B市场规模预测情况 数据来源：公开数据整理

而此次2020年疫情的爆发，在一定程度上推动着企业加速数字化转型升级。而CRM可以帮助企业实现信息化、智能化，让更多的企业意识到部署的重要性。此外在未来，预计CRM软件功能将会适应性更强大，系统配置更成熟。由此可见，CRM在我国的发展前景是值得肯定，未来还会有更大的成长空间。（WWJP）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国CRM软件市场分析报告-行业深度分析与发展前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国CRM软件行业发展概述

第一节 CRM软件行业发展情况概述

- 一、CRM软件行业相关定义
- 二、CRM软件行业基本情况介绍
- 三、CRM软件行业发展特点分析

第二节 中国CRM软件行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、CRM软件行业产业链条分析
- 三、中国CRM软件行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国CRM软件行业生命周期分析

- 一、CRM软件行业生命周期理论概述
- 二、CRM软件行业所属的生命周期分析

第四节 CRM软件行业经济指标分析

- 一、CRM软件行业的赢利性分析
- 二、CRM软件行业的经济周期分析
- 三、CRM软件行业附加值的提升空间分析

第五节 中国CRM软件行业进入壁垒分析

- 一、CRM软件行业资金壁垒分析
- 二、CRM软件行业技术壁垒分析
- 三、CRM软件行业人才壁垒分析
- 四、CRM软件行业品牌壁垒分析
- 五、CRM软件行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球CRM软件行业市场发展现状分析

第一节 全球CRM软件行业发展历程回顾

第二节 全球CRM软件行业市场区域分布情况

第三节 亚洲CRM软件行业地区市场分析

- 一、亚洲CRM软件行业市场现状分析
- 二、亚洲CRM软件行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲CRM软件行业市场前景分析

第四节 北美CRM软件行业地区市场分析

- 一、北美CRM软件行业市场现状分析
- 二、北美CRM软件行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美CRM软件行业市场前景分析
- 第五节 欧盟CRM软件行业地区市场分析
 - 一、欧盟CRM软件行业市场现状分析
 - 二、欧盟CRM软件行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟CRM软件行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界CRM软件行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球CRM软件行业市场规模预测

第三章 中国CRM软件产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
 - 一、中国GDP增长情况分析
 - 二、工业经济发展形势分析
 - 三、社会固定资产投资分析
 - 四、全社会消费品CRM软件总额
 - 五、城乡居民收入增长分析
 - 六、居民消费价格变化分析
 - 七、对外贸易发展形势分析
- 第二节 中国CRM软件行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
- 第三节 中国CRM软件产业社会环境发展分析
 - 一、人口环境分析
 - 二、教育环境分析
 - 三、文化环境分析
 - 四、生态环境分析
 - 五、消费观念分析

第四章 中国CRM软件行业运行情况

- 第一节 中国CRM软件行业发展状况情况介绍
 - 一、行业发展历程回顾
 - 二、行业创新情况分析
 - 三、行业发展特点分析
- 第二节 中国CRM软件行业市场规模分析

第三节 中国CRM软件行业供应情况分析

第四节 中国CRM软件行业需求情况分析

第五节 中国CRM软件行业供需平衡分析

第六节 中国CRM软件行业发展趋势分析

第五章 中国CRM软件所属行业运行数据监测

第一节 中国CRM软件所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国CRM软件所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国CRM软件所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国CRM软件市场格局分析

第一节 中国CRM软件行业竞争现状分析

一、中国CRM软件行业竞争情况分析

二、中国CRM软件行业主要品牌分析

第二节 中国CRM软件行业集中度分析

一、中国CRM软件行业市场集中度分析

二、中国CRM软件行业企业集中度分析

第三节 中国CRM软件行业存在的问题

第四节 中国CRM软件行业解决问题的策略分析

第五节 中国CRM软件行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国CRM软件行业需求特点与动态分析

第一节 中国CRM软件行业消费市场动态情况

第二节 中国CRM软件行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 CRM软件行业成本分析

第四节 CRM软件行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国CRM软件行业价格现状分析

第六节 中国CRM软件行业平均价格走势预测

一、中国CRM软件行业价格影响因素

二、中国CRM软件行业平均价格走势预测

三、中国CRM软件行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国CRM软件行业区域市场现状分析

第一节 中国CRM软件行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区CRM软件市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区CRM软件市场规模分析

四、华东地区CRM软件市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区CRM软件市场规模分析

四、华中地区CRM软件市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区CRM软件市场规模分析
- 四、华南地区CRM软件市场规模预测

第九章 2017-2020年中国CRM软件行业竞争情况

第一节 中国CRM软件行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国CRM软件行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国CRM软件行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 CRM软件行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国CRM软件行业发展前景分析与预测

第一节 中国CRM软件行业未来发展前景分析

一、CRM软件行业国内投资环境分析

二、中国CRM软件行业市场机会分析

三、中国CRM软件行业投资增速预测

第二节 中国CRM软件行业未来发展趋势预测

第三节 中国CRM软件行业市场发展预测

一、中国CRM软件行业市场规模预测

二、中国CRM软件行业市场规模增速预测

三、中国CRM软件行业产值规模预测

四、中国CRM软件行业产值增速预测

五、中国CRM软件行业供需情况预测

第四节 中国CRM软件行业盈利走势预测

一、中国CRM软件行业毛利润同比增速预测

二、中国CRM软件行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国CRM软件行业投资风险与营销分析

第一节 CRM软件行业投资风险分析

一、CRM软件行业政策风险分析

二、CRM软件行业技术风险分析

三、CRM软件行业竞争风险

四、CRM软件行业其他风险分析

第二节 CRM软件行业企业经营发展分析及建议

一、CRM软件行业经营模式

二、CRM软件行业销售模式

三、CRM软件行业创新方向

第三节 CRM软件行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国CRM软件行业发展战略及规划建议

第一节 中国CRM软件行业品牌战略分析

一、CRM软件企业品牌的重要性

二、CRM软件企业实施品牌战略的意义

三、CRM软件企业品牌的现状分析

四、CRM软件企业的品牌战略

五、CRM软件品牌战略管理的策略

第二节 中国CRM软件行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国CRM软件行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国CRM软件行业发展策略及投资建议

第一节 中国CRM软件行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国CRM软件行业定价策略分析

第三节 中国CRM软件行业营销渠道策略

一、CRM软件行业渠道选择策略

二、CRM软件行业营销策略

第四节 中国CRM软件行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国CRM软件行业重点投资区域分析

二、中国CRM软件行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/ruanjian/370748370748.html>