

2020-2025年中国CRM软件行业市场前景预测及 投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国CRM软件行业市场前景预测及投资战略研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/478111.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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是一个不断加强与顾客交流，不断了解顾客需求，并不断对产品及服务进行改进和提高以满足顾客的需求的连续的过程。CRM注重的是与客户的交流，企业的经营是以客户为中心，而不是传统的以产品或以市场为中心。为方便与客户的沟通，CRM可以为客户提供多种交流的渠道。

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。

报告目录：

第一章、2019年中国CRM软件市场环境概述

(一)CRM软件市场概述

1产品定义13

2CRM软件发展历程

3全球CRM软件市场概述

(二)中国CRM软件市场发展环境

1政策环境

2经济环境

第二章、2019年中国CRM软件市场规模与结构

(一)市场规模

(二)市场结构

1垂直市场结构

2平行市场结构

3区域市场结构

4品牌结构

(三)2019年中国CRM软件市场特征

(四)中国CRM软件市场存在的问题

1CRM产品缺乏专业化、细分化的解决方案

2在设计CRM产品时缺乏整体系统的掌控

3忽视了CRM流程的改进和集成

第三章、2019年CRM软件市场供需分析

(一)CRM软件应用效果分析

1加速企业对客户的响应速度

2帮助企业改善服务

3提高企业工作效率

4有效降低成本

5规范企业管理

6帮助企业摄入挖掘客户的需求

7为企业的决策提供科学的支持

(二)中国CRM软件市场现状分析

1CRM软件厂商状况分析中国CRM软件商评估

2“产品”调查

(三)用户需求分析

1客户消费行为的特点

2客户消费行为分析

3中小企业需求影响CRM未来

(四)厂商供给分析

1产品

2价格

3促销

4渠道

5覆盖区域

第四章、中国CRM软件市场竞争格局分析

(一)CRM软件实施价值分析

(二)行业生命周期分析

(三)市场竞争格局

(四)我国CRM软件市场SWOT分析

1优势（S）

2劣势（W）

3机会（O）

4威胁（T）

第五章、主要厂商分析

(一)TurboCRM信息科技有限公司

1公司情况

2经营分析

3公司发展规划

(二)SIEBEL中国办事处

1公司简介

2经营状况分析

(三)Oracle中国公司

1公司简介

2财务状况分析

3经营状况分析

(四)东软软件股份有限公司

1公司简介

2财务状况分析

3经营状况分析

4经营预测分析

(五)北京联成互动软件技术有限公司

1公司简介

2经营状况分析

3财务状况分析

(六)北京用友软件股份有限公司

1公司概况

2公司制定新三年发展规划

3经营分析

4主要产品分析

(七)SAP中国公司

1公司简介

2经营状况分析

3产品分析

(八)金蝶国际软件有限公司

1公司简介

2经营状况

3业务构成

(九)微软中国

1微软公司简介

2微软CRM概述

3微软CRM定位

4微软CRM特点

第六章、中国CRM产品行业应用情况分析

(一)企业在CRM信息化方面的主要应用分布状况

(二)中国保险行业CRM应用状况分析

(三)中国银行业CRM应用状况分析

(四)中国电信行业CRM应用状况分析

(五)中国汽车制造业CRM应用状况分析

(六)中国医药行业CRM应用状况分析

第七章、中国CRM软件市场发展趋势分析

(一)未来几年中国CRM软件市场的趋势分析

1行业化、细分化检验着CRM的发展潜力

2强调协同化，与其它业务系统实现无缝集成融合

3技术无线化，随时随地实现无线网络营销管理

4CRM将向中低端市场、更多行业延伸渗透

(二)未来几年中国CRM软件市场的规模预测

1相关性分析

2相关变量预测

3CRM软件销售额预测

第八章、中国CRM软件市场风险及投资策略分析

(一)中国CRM软件市场风险分析

1市场竞争加剧的风险

2新产品运营风险

(二)市场发展策略与建议

图表目录：

图表1 2015-2019年我国国内生产总值及其增长速度

图表2 2019年GDP初步核算数据

图表3 GDP环比和同比增长速度

图表4 2015-2019年全国居民消费价格涨跌幅度

图表5 2015-2019年我国猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况

图表6 2015-2019年我国鲜菜、鲜果价格变动情况

图表7 2019年居民消费价格分类别同比涨跌幅

图表8 2019年居民消费价格分类别环比涨跌幅

图表9 2019年居民消费价格主要数据

图表10 2015-2019年工业生产者出厂价格涨跌幅

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/478111.html>