

產業應用 CRM之營收及獲利探討

指導老師：陳振隆

組 員：楊志源、林宗裕、張沛紳、王金明

摘 要

在現今全球產業競爭極度激烈的大環境下，兩岸的經濟、政治環境等不確定性因素使得產業面臨了前所未有的挑戰，再加上世界貿易組織（WTO）的加入與歐洲共同市場（1957,European Economic Community,EEC,簡稱歐市）等聯盟的成立，使得企業除了要與國內的同業競爭，更必須要面臨全球競爭者的強大競爭壓力！在產業競爭環境的國際化、開放化與競爭化，企業如何有效地掌握市場、產品及顧客，以訂立出最合適且利於企業之策略，以減少資源浪費並增加營業績效，進而提昇企業之競爭力等，已是企業經營上之一大挑戰。

本研究主要可從三方面來看：第一部份我們先對「顧客關係管理」(Customer Relationship Management)一詞整理各學者的定義(以下簡稱CRM)，因為這一名詞雖然大家已耳熟能詳，但卻人言人殊。接下來再從應用面與技術面對顧客關係管理做進一步的分析與探討。第二部份則從環境的轉變來分析服務業導入CRM之契機。第三部份則對目前有導入CRM之服務業現況與成功案例做一概述，並整合上述兩部分所歸納分析的結果，針對目前有導入CRM觀念之服務業進行資料整理、分析，最後提出具體的研究結果與建議。