

CRM 客户关系管理系统

把客户资料从销售个人资产升级为收入增长系统



CRM 解决的不是“客户档案”，而是客户全生命周期可经营

客户需要看到线索、客户、商机、合同、回款、服务和复购如何形成收入闭环。

核心判断

把客户资料从销售个人资产升级为收入增长系统

客户需要看到线索、客户、商机、合同、回款、服务和复购如何形成收入闭环。

01

每一个客户

来源、联系人、需求、跟进、合同和服务记录集中。

02

每一次销售推进

线索、商机、报价、合同和回款阶段可视。

03

每一个经营机会

沉默、流失、复购和服务问题可触发运营动作。

线索

客户

商机

合同

服务

CRM 的客户购买动力，来自获客成本、销售预测和客户留存压力

成熟 CRM 产品都强调销售自动化、客户 360、管道预测、服务闭环和 AI 洞察。

购买动力

CRM 的价值是让客户从销售个人资源变成公司可运营的收入资产。

成熟 CRM 产品都强调销售自动化、客户 360、管道预测、服务闭环和 AI 洞察。

01

获客压力

线索来源多，分配、跟进和转化过程不透明。

02

预测压力

商机阶段、金额、赢率和回款风险难判断。

03

协同压力

销售、客服、交付和财务掌握的客户信息不一致。

04

留存压力

客户服务、复购和流失预警没有闭环。

线索转化

商机预测

合同回款

服务复购

成熟 CRM 的共识，是客户 360、销售管道、自动化和预测分析

Salesforce、Microsoft Dynamics 365 Sales、HubSpot、Oracle CX Sales 等成熟产品都围绕收入流程和客户经营展开。

MARKET CONSENSUS

成熟 CRM 都在管理收入过程和客户生命周期，而不是客户通讯录。

Salesforce、Microsoft Dynamics 365 Sales、HubSpot、Oracle CX Sales 等成熟产品都围绕收入流程和客户经营展开。

增长
服务

线索

客户收入引擎

客户
商机

预测

01

Salesforce / Microsoft

强调销售自动化、客户数据、机会管理和预测。

02

HubSpot

强调 CRM、营销销售服务一体和管道管理。

03

Oracle CX Sales

强调销售自动化、客户洞察和收入预测。

客户购买 CRM，是为了把线索、客户、商机、合同、回款、服务和复购变成一条收入增长链。

CRM 的价值通常来自五个业务断点

CRM 的断点通常发生在线索分配、销售推进、合同回款和服务交接之间。

BREAKPOINTS

客户断点的本质，是线索、商机、合同、回款和服务分散在不同人手里。

CRM 的断点通常发生在线索分配、销售推进、合同回款和服务交接之间。

01

线索获取

来源、质量、分配和跟进不透明。

02

客户沉淀

联系人、需求、历史和标签留在个人工具。

03

商机推进

阶段、报价、竞争和输赢原因没有记录。

04

合同回款

合同、订单、开票、回款和风险分散。

05

服务复购

售后问题、满意度和二次销售脱节。

这些断点长期靠人补位，管理就会停留在事后统计，难以升级为过程控制。

CRM 要从台账工具升级为业务运营系统

客户需要看到系统如何从记录结果，走向驱动流程，再走向经营优化。

01

台账阶段

记录结果

能查客户，但客户仍属于个人销售。

02

闭环阶段

驱动过程

用线索、商机、合同、回款和服务驱动收入过程。

03

优化阶段

持续改进

用转化率、赢率、回款、复购和服务数据优化增长。

建设逻辑

客户可信



销售可控



增长可优化

CRM 建设建议先跑通闭环，再扩展智能优化

先统一客户和销售管道，再扩展营销服务和预测分析。

第三阶段

智能增长

预测、客户分层、自动触达和 AI 销售建议。

第二阶段

经营协同

合同、回款、服务、复购和客户成功。

第一阶段

销售闭环

线索、客户、商机、报价、合同。

围绕线索、销售、合同、服务和财务，设计 CRM 业务蓝图

CRM 是客户经营入口，要和订单、财务、服务数据协同。



首期先跑通“线索到复购服务”闭环

先让一个客户从线索到合同和服务有完整路径。



每个节点可追踪

客户、联系人、活动、商机、合同和服务统一。

每个异常可闭环

超期跟进、丢单、回款风险和服务问题有闭环。

CRM 的专业性，来自核心对象被统一管理

CRM 的关键对象是客户、联系人、线索、商机、合同和活动。

OBJECTS

统一对象口径

先把关键对象、状态和责任边界统一，系统才不会变成另一套录入台账。

01

客户

行业、等级、标签、归属、状态

02

联系人

角色、影响力、联系方式、关系

03

线索

来源、评分、分配、跟进

04

商机

阶段、金额、赢率、报价、竞争

05

服务

工单、反馈、满意度、复购

线索管理要让销售过程从入口开始可控

线索质量和跟进速度决定转化效率。

FLOW

现场执行链

把关键动作拆成可执行任务，逐步沉淀状态、责任和复盘数据。

01

来源登记

记录渠道、活动和客户需求。

02

线索评分

按行业、预算、意向和行为评分。

03

自动分配

按区域、产品或销售规则分配。

04

跟进提醒

记录活动和超期提醒。

05

转商机

合格线索进入销售管道。

商机管道要支撑预测，而不是只看列表

管理层需要知道本月业绩是否可靠。



服务和复购要回到客户 360 视图

客户生命周期不是签合同结束。

责任泳道	业务动作	系统校验	沉淀证据	
01	服务登记	记录工单、反馈和客户诉求。	规则 / 权限 / 状态	时间 / 人员 / 结果
02	责任分派	销售、客服、交付协同处理。	规则 / 权限 / 状态	时间 / 人员 / 结果
03	满意度跟踪	服务结果和客户评价归档。	规则 / 权限 / 状态	时间 / 人员 / 结果
04	复购机会	识别新增需求、续约和交叉销售。	规则 / 权限 / 状态	时间 / 人员 / 结果
05	流失预警	沉默、投诉和回款风险触发提醒。	规则 / 权限 / 状态	时间 / 人员 / 结果

CRM 看板要围绕线索转化、销售预测、客户价值和服务风险组织

CRM 看板要服务收入管理，而不是展示客户数量。

DASHBOARD

CRM 看板必须回答本月收入是否可靠

重点是线索转化、商机赢率、销售预测、回款风险和客户复购。

增长

转化率

线索到商机、商机到合同转化。

预测

销售预测

商机金额、阶段、赢率和回款。

客户

贡献度

客户分层、复购和生命周期价值。

服务

风险数

投诉、流失、超期和满意度。

CRM 不只是单点系统，而是整体解决方案的一部分

我们会先理解企业现有流程、组织分工和系统现状，再判断哪些做在 CRM、哪些保留、哪些需要定制开发或接口适配。

CORE

整体方案

统一状态、任务和数据口径



流程诊断

先梳理企业真实单据、岗位分工、审批节点、异常处理和管理指标。



整体方案

把 CRM 放进企业整体数字化方案里，明确首期闭环和后续扩展路径。



定制开发

围绕表单、权限、审批、报表、移动端和业务规则做贴合式开发。



数据治理

统一编码、主数据、状态口径和历史数据迁移策略，减少上线后返工。



接口对接

确有必要时再对接已有系统，按业务边界做 API、数据同步和责任划分。



经验复用

复用我们在多类业务系统中的流程模型和实施经验，加快方案落地。

CRM 权限要按业务责任链设计

销售、主管、客服、市场和管理层围绕客户生命周期协同。

RESPONSIBILITY

CRM 权限要围绕收入责任链设计

销售、主管、市场、客服、财务和管理层围绕客户生命周期协同。

01

销售

线索、客户、商机、活动

02

销售主管

分配、预测、审批和复盘

03

市场

活动、线索来源和内容触达

04

客服

工单、反馈和满意度

05

财务

回款、账期和风险

06

管理层

收入预测和客户价值

CRM 首期验收必须用真实业务样例说话

验收要用真实线索和真实商机跑通收入链路。

ACCEPTANCE

用真实线索和真实商机验收

必须跑通分配、跟进、商机推进、合同回款和服务反馈。

真实线索

导入来源、分配和跟进记录。

真实商机

配置阶段、金额、报价和风险。

真实合同

关联合同、订单或回款状态。

真实服务

记录一个服务问题并回到客户视图。

CRM 实施路径要从一个可验收样板开始

先跑通销售主流程，再扩展营销服务和预测分析。

01

客户诊断

梳理线索、客户、商机、合同和服务断点。

02

数据整理

清理客户、联系人、标签和销售阶段。

03

样板销售

跑通线索到商机和合同。

04

预测复盘

验证销售预测和输赢原因。

05

扩展运营

再做报表看板、移动端、必要接口和二期功能。

样板线索 -> 商机管道 -> 合同回款 -> 服务复购

CRM 交付的不只是系统页面

客户接收的是一套收入过程管理规则。

交付资产

交付的是一套收入过程管理规则。

客户接收的是一套收入过程管理规则。

01

系统功能

线索、客户、联系人、商机、合同、服务、看板。

02

销售规则

阶段、分配、权限、提醒、审批和预测。

03

上线资产

客户模板、销售流程、跟进脚本和验收指标。

客户标签

阶段规则

跟进节奏

预测口径

服务闭环

为什么选择一同数字技术做 CRM

我们有多类业务系统经验，能按企业真实流程做整体方案和定制开发。

选择一同数字技术

方案不只是功能清单，而是匹配企业流程的整体解决方案。

我们有多类业务系统经验，能按企业真实流程做整体方案和定制开发。

01 懂业务流程

不只做客户档案，而是围绕线索、客户、商机、合同、服务形成可运行闭环。

02 懂整体方案

先判断企业流程、组织、数据和现有系统边界，再设计最合适的建设路径。

03 懂定制迭代

围绕表单、权限、审批、报表、移动端和必要接口做贴合开发，并持续扩展。

能上线

能验收

能扩展

下一步

开启数字化之旅

先把首期闭环跑通，再让系统跟随业务持续扩展。

01

选择销售样例

准备一个线索、一家客户和一个商机。

02

确认阶段规则

梳理销售阶段、概率、审批和回款口径。

03

安排方案评审

用真实商机评审收入闭环和管理看板。