

数字化转型浪潮下企业ERP与客户关系管理的深度融合策略探究

孟 鑫

贵州大学历史与民族文化学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年11月11日; 录用日期: 2025年11月24日; 发布日期: 2025年12月19日

摘 要

在数字化转型成为企业生存发展必答题的背景下, 市场竞争格局重构与客户需求升级, 使得ERP与CRM的深度融合成为企业破解转型痛点的关键。本文先对数字化转型、ERP及客户关系管理理论进行概述, 进而分析数字化转型对ERP和CRM的影响, 随后从数据、流程、系统三个维度构建融合策略体系。结论表明二者深度融合能打破数据孤岛、提升运营效率、增强客户粘性, 推动企业从经验驱动转向数据驱动, 为企业构建核心竞争力、实现可持续发展提供支撑, 兼具理论价值与实践指导意义。

关键词

数字化转型, ERP, 客户关系管理

Exploration on the Strategy of In-Depth Integration between Enterprise ERP and Customer Relationship Management under the Tide of Digital Transformation

Xin Meng

College of History and Ethnic Culture, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: November 11, 2025; accepted: November 24, 2025; published: December 19, 2025

Abstract

Against the backdrop where digital transformation has become a mandatory task for enterprises'

文章引用: 孟鑫. 数字化转型浪潮下企业 ERP 与客户关系管理的深度融合策略探究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(12): 3283-3290. DOI: 10.12677/eci.2025.14124241

survival and development, the restructuring of the market competition pattern and the upgrading of customer demands have made the in-depth integration of ERP and CRM a key to helping enterprises address the pain points in their transformation process. This article first provides an overview of the theories of digital transformation, ERP, and customer relationship management. Subsequently, it analyzes the impact of digital transformation on ERP and CRM. Afterwards, it constructs an integration strategy system from three dimensions: data, processes, and systems. The conclusion indicates that the in-depth integration of the two can break down data silos, improve operational efficiency, and enhance customer stickiness. It drives enterprises to shift from experience-driven operations to data-driven ones, providing support for enterprises to build core competitiveness and achieve sustainable development. This integration holds both theoretical value and practical guiding significance.

Keywords

Digital Transformation, Enterprise Resource Planning (ERP), Customer Relationship Management (CRM)

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在数字技术全面渗透产业价值链的当下，数字化转型已从企业可选的“优化项”升级为关乎生存发展的“必答题”，尤其成为我国制造业提升产业能级、塑造国际竞争新优势的核心路径。在此背景下，市场竞争格局持续重构，客户需求呈现个性化、即时化特征，企业亟需打破传统管理模式的束缚，实现资源配置与客户服务的精准对接。作为企业管理的核心支撑系统，ERP (企业资源计划)与 CRM (客户关系管理)分别承担着内部资源调度与外部客户关系维护的关键职能，是数字化转型的重要载体。然而，当前多数企业面临“系统割裂”的共性困境：ERP 与 CRM 各自为政形成“数据孤岛”，导致业务流程断层、决策依据缺失等多重问题。更为突出的是，企业数字化转型仍面临核心技术受制于人、数据标准缺失、复合型人才缺口大等系统性挑战，这些问题进一步加剧了 ERP 与 CRM 整合的难度，导致多数企业难以从“局部优化”迈向“全局协同”。在此情境下，如何突破系统壁垒与数据瓶颈，实现 ERP 与 CRM 的深度融合，成为企业破解转型痛点、提升运营效率的关键命题。二者的有效整合不仅能打破数据孤岛，实现客户需求与内部资源的精准匹配，更能通过流程协同与智能决策，推动企业从“经验驱动”转向“数据驱动”，在降本增效的同时强化客户黏性，为企业在数字化浪潮中构建核心竞争力提供坚实支撑。因此，本文深入探究数字化转型背景下 ERP 与 CRM 的深度融合策略，兼具理论价值与实践指导意义。

2. 数字化转型、ERP 与客户关系管理理论概述

2.1. 数字化转型理论

数字化转型并非简单的技术叠加或设备更新，而是以数字技术为核心驱动力，对企业战略定位、业务流程、组织架构、价值创造模式进行全方位、深层次重构的动态过程。卜蛟、兰良指出，企业通过数字技术能够降低生产成本、提升运营能力，从而进一步降低企业的非投资效率，全面优化企业资产配置[1]。刘也认为，财务数字化转型能够大幅度提升企业内部沟通效率，减少各类委托代理所产生的冲突，促使内外部治理共同产生协同效应，及时修正企业偏离主营业务的行为。特别是对于制造业等传统行业而言，

这种现象更为显著[2]。

2.2. ERP 理论

ERP (Enterprise Resource Planning, 企业资源计划)系统是一种基于信息技术,整合企业内部财务、生产、供应链、人力资源、销售等核心业务模块,实现企业资源全面规划与高效管理的集成化信息系统。其核心功能在于对企业的人、财、物、信息等资源进行集中管理与优化配置,实现业务流程的标准化与自动化[3]。

ERP 系统作为企业运营管理的核心工具,对企业的发展具有重要作用。首先,在资源配置效率提升方面,ERP 系统通过对企业内部财务、生产、供应链等资源的集中管理与统一规划,实现了资源的优化配置。例如,在 ERP 系统的运行支持下,推动财会体系的优化升级,打造全新的业务工作模式,如预算精细化管理、成本精细化管理、收入精细化管理、资产精细化管理、税务精细化管理、人力资源精细化管理等[4]。

其次,在业务流程优化方面,ERP 系统通过对企业业务流程的标准化与自动化改造,消除了流程中的冗余环节与人为失误,提升了业务流程的运行效率。

最后,在辅助决策方面,ERP 系统能够整合企业内部各业务模块的数据源,形成全面、准确的企业运营数据仓库。通过决策支持模块的数据分析与挖掘功能,将数据转化为有价值的决策信息,为企业管理层提供关于生产、销售、财务等方面的决策支持。

2.3. 客户关系管理理论

客户关系管理(Customer Relationship Management, CRM)是指企业为了提升客户满意度与忠诚度,实现客户价值最大化,通过一系列的策略、方法与技术手段,对企业与客户之间的关系进行全面管理的过程[5]。在网络经济时代背景下,这不仅转变了企业的运行模式,同时也改变了人们的消费模式,企业在实际展开客户管理中,必须树立全新的理念,确定自身的企业资源,包括合作伙伴、分销商以及客户等,利用信息技术对客户的需求、特点以及消费能力等参数进行深入的分析,制定全新的客户服务内容,对于企业更加有针对性的满足消费者的需求,提升顾客满意度等具有重要意义[6]。

3. 数字化转型对企业 ERP 与客户关系管理的影响

3.1. 数字化转型对 ERP 的影响

3.1.1. 数据处理与分析能力提升

数字化转型背景下,大数据、人工智能等技术与 ERP 系统的深度融合,从根本上改变了传统 ERP 系统的数据处理模式,实现了数据处理与分析能力的跨越式提升。在数据收集层面,传统 ERP 系统主要依赖内部业务模块的结构化数据输入,而数字化技术推动 ERP 系统构建了多源数据采集体系,不仅能整合企业内部财务、生产、供应链等结构化数据,还能通过物联网设备、传感器、外部合作平台等渠道,采集设备运行状态、市场动态、供应链上下游等非结构化数据(如设备运行日志、客户评论、行业报告等),实现数据采集的全面性与实时性。例如,制造业企业通过在生产设备上安装物联网传感器,将设备的温度、转速、能耗等实时数据接入 ERP 系统,为生产流程优化提供数据支撑。

在数据分析层面,人工智能与机器学习算法的嵌入,使 ERP 系统从传统的“数据记录与核算工具”转变为“智能决策辅助工具”,能够实现对数据的深度挖掘与智能分析。例如,通过预测性分析算法,ERP 系统可以基于历史销售数据、市场需求数据,精准预测未来产品销量,为生产计划制定与库存管理提供科学依据;通过异常检测算法,能够实时监控财务数据、供应链数据中的异常情况,及时预警财务

风险、供应链中断风险等，为企业风险防控提供支持。

3.1.2. 与外部系统的集成与协同

数字化转型打破了企业的边界，推动企业从“封闭型管理”向“开放型生态管理”转变，这就要求 ERP 系统加强与外部系统的集成与协同，构建全方位的数字化协同体系。在与供应链上下游系统集成方面，ERP 系统通过 API 接口、企业服务总线等技术，与供应商管理系统(SCM)、物流管理系统、经销商管理系统等实现数据实时共享与业务协同。例如，ERP 系统与供应商管理系统集成后，能够自动将物料需求计划推送至供应商系统，供应商通过系统实时反馈原材料的生产进度与交付时间，企业则可以通过 ERP 系统实时监控原材料的到料情况，实现采购流程的协同化管理，降低采购成本与供应链风险。

在与电商平台、第三方支付系统集成方面，随着电子商务的快速发展，企业的销售渠道日益多元化，ERP 系统与电商平台(如淘宝、京东、抖音电商等)、第三方支付系统的集成成为必然趋势。通过集成，ERP 系统能够实时同步电商平台的订单数据、销售数据，自动生成发货单、出库单，并与第三方支付系统联动，实现交易资金的实时核算与监控，打通线上销售与线下库存、财务的协同通道，提升电商业务的运营效率。

3.2. 数字化转型对客户关系管理的影响

3.2.1. 客户数据管理的精细化

数字化转型为 CRM 系统带来了数据采集、整合与分析能力的全面升级，推动客户数据管理从“粗放式”向“精细化”转变。在数据采集方面，传统 CRM 系统主要通过销售团队手动录入客户基本信息、交易记录等数据，数据采集范围有限、时效性差。而数字化技术使 CRM 系统构建了全渠道数据采集网络，能够通过企业官网、社交媒体平台、移动应用、线下门店、客服热线等多个渠道，自动采集客户的行为数据(如浏览记录、点击行为、购买历史)、偏好数据(如产品收藏、评价内容)、互动数据(如咨询记录、投诉反馈)等多维度数据，实现客户数据的全面覆盖。例如，客户在企业微信公众号上浏览产品信息、参与互动活动的行为数据，能够自动同步至 CRM 系统，为客户画像构建提供数据支撑。

3.2.2. 客户互动方式的多样化

数字化转型打破了传统客户互动的时空限制，推动 CRM 系统构建了全渠道、多场景的客户互动体系，使客户互动方式更加多样化、便捷化与个性化。在互动渠道方面，除了传统的电话、邮件、线下门店等互动方式，数字化技术催生了社交媒体互动、直播互动、智能客服互动等新兴互动渠道。企业通过在微信、微博、抖音等社交媒体平台开设官方账号，能够与客户进行实时互动交流，及时回复客户咨询、处理客户投诉，同时通过发布产品信息、举办互动活动等方式，增强客户参与感与粘性。例如，某美妆品牌通过抖音直播开展产品试用、美妆教程分享等活动，实时与观众互动，解答观众疑问，直接引导客户下单购买，实现了“互动即营销”的效果。

3.2.3. 客户价值管理的个性化

数字化转型使 CRM 系统能够基于精细化的客户数据管理与多样化的客户互动，实现客户价值管理的个性化升级，从“规模化营销”向“精准化价值挖掘”转变。在客户细分方面，传统 CRM 系统主要基于客户的基本信息(如年龄、性别、地域)进行简单细分，而数字化技术支持下的 CRM 系统能够基于客户的行为数据、偏好数据、价值数据等多维度指标，进行更精准、更细致的客户细分，甚至实现“一对一”的个性化客户定位。例如，通过 RFM 模型(最近消费、消费频率、消费金额)结合客户偏好数据，将客户划分为高价值忠诚客户、高潜力增长客户、低价值流失客户等不同类型，并针对不同类型客户制定差异化的管理策略。

4. 企业 ERP 与客户关系管理整合策略

4.1. 数据整合策略

4.1.1. 统一数据标准与规范

数据标准与规范的统一是 ERP 与 CRM 整合的核心前提,直接决定数据共享的效率与质量。一方面,ERP 系统与客户关系管理模型和 ERP 系统集成在一起,以确保记录客户与公司之间的互动,了解产品信息,协调人力资源,收集市场营销材料和销售计划以及订购有效使用 ERP 系统的资源优势是建立一个闭环的电子商务营销模型,整合内部和外部资源,共享业务数据并实现“1+12”营销效果。同时,电子商务营销策略包括便捷的付款方式(如 QR 码、NFC),让客户可以自主下单支付,而电子商务则需要智能营销引导模块[7]。当前,多数企业因两套系统上线时间、供应商不同,存在数据定义、格式、编码规则不一致的问题(如客户编号在 ERP 中为“部门+流水号”,在 CRM 中为“区域+客户类型+流水号”),导致数据无法直接关联。因此,需从三个维度构建统一标准体系:

在数据定义层面,成立跨部门数据治理小组(涵盖 IT、财务、销售、生产等部门),梳理两套系统的核心数据资产,明确数据元定义(如“客户”需统一界定为“与企业发生交易或存在潜在交易意向的组织或个人”),形成《企业核心数据元字典》,确保数据语义的一致性。

在数据格式层面,制定统一的格式标准,包括日期格式、数值精度、文本编码等,针对历史数据进行批量转换,新数据则通过系统接口强制按标准录入。

在数据编码层面,采用标准化编码规则,对客户、产品、物料等核心实体制定全局唯一编码,并建立编码映射表,实现新旧编码的平滑过渡。同时,引入主数据管理(MDM)系统,对核心主数据进行集中管理,确保数据在两套系统中的一致性与权威性。

4.1.2. 数据清洗与质量控制

数据质量是整合价值实现的基础,需通过系统性的数据清洗与质量控制机制,解决数据重复、错误、缺失等问题。在数据清洗阶段,采用“自动化工具+人工审核”相结合的方式:

利用 ETL (抽取、转换、加载)工具,针对重复数据,通过客户名称、身份证号、企业统一信用代码等关键字段进行模糊匹配与去重处理;针对错误数据(如无效手机号、异常金额),通过规则校验(如手机号正则表达式验证、金额范围校验)进行识别与修正;针对缺失数据,根据数据重要性采用不同策略,关键数据(如客户联系方式)通过业务部门补充采集,非关键数据则采用均值填充、模型预测等方式补全。

在质量控制机制方面,建立“事前预防、事中监控、事后评估”的全流程体系:事前通过系统接口设置数据录入校验规则,从源头减少劣质数据;事中利用数据质量监控平台,实时监控数据录入情况,对异常数据及时预警并触发审核流程;事后定期开展数据质量评估,建立数据质量指标体系(如数据准确率、完整性、一致性),通过报表展示质量状况,并将数据质量纳入部门绩效考核,倒逼业务部门重视数据质量。

4.1.3. 数据安全与隐私保护

ERP 与 CRM 整合涉及企业核心经营数据与客户敏感信息,需构建全方位的数据安全与隐私保护体系。在数据存储层面,采用加密技术对敏感数据进行加密处理,包括静态数据加密(如数据库加密、文件加密)与动态数据加密(如传输加密采用 SSL/TLS 协议),防止数据泄露。

在访问控制层面,实施基于角色的访问控制(RBAC)策略,根据用户岗位与职责分配数据访问权限,明确不同角色的查询、修改、删除权限,实现“最小权限原则”。同时,建立操作日志审计系统,记录所有用户的数据操作行为,包括操作人、操作时间、操作内容等,确保数据操作可追溯。

在隐私保护层面,严格遵循《个人信息保护法》《数据安全法》等法律法规,对客户个人信息(如身份证号、手机号、消费记录)进行脱敏处理(如显示部分星号),明确数据收集、使用、共享的边界。同时,与员工签订保密协议,加强数据安全培训,提升全员隐私保护意识,建立数据泄露应急响应机制,在发生数据安全事件时能够快速处置,降低损失。

4.2. 流程整合策略

4.2.1. 业务流程再造与优化

ERP 与 CRM 的流程整合需打破部门壁垒,基于“以客户为中心”的理念进行业务流程再造。首先,通过流程梳理明确两套系统的流程差异与断点,例如:传统流程中,销售订单在 CRM 中创建后,需人工录入 ERP 系统生成生产计划,存在信息延迟与错误风险;售后服务信息在 ERP 中处理后,无法及时同步至 CRM,导致客户服务体验不佳。

针对这些问题,设计整合后的流程方案:销售订单流程实现“CRM 下单→自动同步 ERP→ERP 生成生产计划/出库单→状态回传 CRM”的全流程自动化,消除人工干预;售后服务流程实现“CRM 接收客户投诉→自动分配至 ERP 售后模块→处理结果同步 CRM→客户满意度调研”的闭环管理。同时,简化冗余环节,如合并重复的审批流程,将跨部门审批改为并行审批,缩短流程周期。此外,引入流程挖掘工具,对整合后的流程进行实时监控与分析,识别流程瓶颈并持续优化。

4.2.2. 流程自动化与智能化

借助数字化技术实现流程自动化与智能化,是提升整合效率的关键。在流程自动化方面,采用机器人流程自动化(RPA)技术,对重复性、规律性强的流程(如订单录入、报表生成、数据同步)进行自动化处理。例如,通过 RPA 机器人自动抓取 CRM 中的客户订单数据,转换为 ERP 可识别的格式并录入系统,同时生成对应的财务凭证,大幅提升处理效率,减少人工错误。

在流程智能化方面,融入人工智能技术实现流程的智能决策与优化。例如,在销售流程中,通过 AI 算法分析客户历史消费数据、互动数据,自动生成客户信用评级,为 ERP 系统的订单审核提供依据;在库存管理流程中,结合 CRM 的销售预测数据与 ERP 的库存数据,通过机器学习模型预测库存需求,自动触发采购订单,实现库存的精准管控。此外,利用智能客服系统对接 CRM 与 ERP,自动解答客户关于订单状态、产品售后的咨询,提升客户服务效率。

4.2.3. 跨部门流程协同与沟通

流程整合的落地需要跨部门协同机制的保障,需打破“部门本位”思维,建立高效的协同体系。首先,成立跨部门整合项目组,由企业高层牵头,成员涵盖销售、生产、财务、IT、客服等部门,明确各部门在流程整合中的职责与分工,定期召开项目推进会,解决协同中的问题。

其次,搭建跨部门沟通平台,如企业微信、协同办公系统等,实现流程信息的实时共享与高效沟通。例如,销售部门在 CRM 中更新客户需求信息后,生产部门可通过沟通平台及时获取并调整生产计划;客服部门处理客户投诉时,可通过平台快速联动技术部门与生产部门,协同解决问题。

此外,建立流程协同考核机制,将跨部门流程的完成效率、协同效果纳入部门绩效考核,设置协同指标(如流程响应时间、问题解决率),激励各部门主动配合,保障整合流程的顺畅运行。

4.3. 系统整合策略

4.3.1. 选择合适的整合技术与工具

根据企业 IT 基础、业务需求与预算,选择适配的整合技术与工具,常见方式包括:

API 集成：通过系统开放的 API 接口实现数据实时交互，适用于场景简单、数据交互频率中等的场景(如订单同步、客户信息更新)。优势是开发成本低、灵活性高，可快速实现核心功能整合。不足是需依赖系统 API 的完善性，大量接口调用可能影响系统性能。

企业服务总线(ESB)集成：构建企业级的服务总线，将 ERP 与 CRM 的功能封装为服务，通过 ESB 实现服务的注册、路由与调度，适用于业务复杂、多系统集成的场景。优势是降低系统耦合度，支持异构系统整合，可灵活扩展服务；不足是部署与维护成本较高，对 IT 团队技术要求高。

数据中介平台集成：通过数据仓库、数据湖等中介平台，实现数据的批量抽取、整合与分发，适用于非实时数据交互场景(如报表分析、决策支持)。优势是可实现海量数据的集中处理与分析，不影响业务系统性能；不足是数据同步存在延迟，无法满足实时业务需求。对于预算充足、追求深度整合的企业，可选择采用统一的数字化平台，其内置 ERP 与 CRM 模块，天然具备高度集成性，可避免跨系统整合的兼容性问题。

4.3.2. 系统架构的调整与优化

为适应整合需求，需对 ERP 与 CRM 的系统架构进行调整与优化。对于传统的单体架构系统，可采用微服务架构改造，将核心功能拆分为独立的微服务(如客户服务、订单服务、库存服务)，通过 API 网关实现服务的统一调用与管理，提升系统的灵活性与可扩展性。

在云架构部署方面，推动系统向云迁移，采用“公有云 + 私有云”的混合云架构：将非核心业务(如客户互动、营销推广)部署在公有云，利用云服务商的弹性资源降低成本；将核心业务(如财务数据、生产计划)部署在私有云，保障数据安全。同时，优化系统接口架构，采用标准化的接口规范，确保不同系统、不同服务之间的高效通信。

此外，构建统一的系统监控架构，通过 APM(应用性能监控)工具实时监控两套系统的运行状态，包括服务器负载、接口响应时间、数据同步成功率等，及时发现并解决系统故障，保障整合后系统的稳定运行。

4.3.3. 系统集成的实施与测试

系统集成的实施需遵循“规划先行、分步实施、持续迭代”的原则。首先，制定详细的实施计划，明确实施阶段、时间节点、责任部门与关键任务，分为需求分析、方案设计、开发测试、上线部署、运维支持五个阶段。

在开发阶段，由 IT 团队根据整合方案进行接口开发、代码编写与配置调试，确保系统功能满足业务需求。测试阶段是保障集成质量的关键，需开展多维度测试：单元测试验证单个接口与功能的正确性；集成测试验证两套系统之间的数据交互与流程协同；性能测试模拟高并发场景，测试系统响应速度与稳定性；用户验收测试由业务部门实际操作，验证系统是否符合业务需求。

上线部署阶段，采用“灰度上线”策略，先在部分部门或业务场景试点运行，收集用户反馈并进行优化，待系统稳定后再全面推广。上线后，建立专业的运维团队，提供 7 × 24 小时技术支持，及时解决系统运行中的问题。同时，制定系统备份与灾难恢复方案，定期进行数据备份与灾难演练，确保系统在突发情况下能够快速恢复，保障企业业务的连续性。

5. 结语

本研究围绕数字化转型浪潮下企业 ERP 与 CRM 的深度融合策略展开系统探究，通过理论梳理、现状分析、策略构建与案例验证，得出以下核心结论：

第一，数字化转型已成为企业重构核心竞争力的必然选择，其通过技术赋能、市场倒逼与需求驱动，

深刻改变了 ERP 与 CRM 的功能定位与应用模式。ERP 系统实现了从传统资源核算工具向智能决策支撑平台的转型,数据处理能力、流程优化能力与外部协同能力显著提升;CRM 系统则完成了从客户信息管理向全生命周期个性化价值管理的升级,客户数据精细化、互动方式多样化与价值管理个性化成为核心特征,二者的融合成为企业应对数字化挑战的关键举措。

第二,ERP 与 CRM 的深度融合具有强烈的必要性与重要意义。整合能够有效打破两套系统长期存在的数据孤岛问题,实现企业内部经营数据与客户数据的全面共享;通过业务流程的再造与协同,打通销售、生产、服务等核心环节,大幅提升企业运营效率;基于整合后的全域数据,企业能够为客户提供全流程、个性化的服务体验,进而增强市场竞争力。同时,整合后的系统为企业战略决策提供了全面、精准的数据支撑,推动企业实现从经验驱动向数据驱动的转型,为可持续发展注入持久动力。

第三,企业需从数据、流程、系统三个维度构建全方位的融合策略体系。数据整合层面,通过统一数据标准与规范、实施系统性数据清洗与质量控制、构建全流程数据安全与隐私保护机制,奠定融合的基础;流程整合层面,以客户为中心进行业务流程再造,借助 RPA、AI 等技术实现流程自动化与智能化,并建立跨部门协同机制保障流程顺畅运行;系统整合层面,结合企业实际需求选择适配的整合技术与工具,优化系统架构,通过科学的实施与测试流程确保整合效果与系统稳定。

参考文献

- [1] 卜姣, 兰良. 企业数字化转型对投资效率的影响: 基于融资约束的中介效应[J]. 延安大学学报(社会科学版), 2025, 47(3): 74-83.
- [2] 刘也. 财务数字化转型、内部控制有效性与实体企业过度金融化[J]. 财会通讯, 2025(11): 42-46.
- [3] 周世良. ERP 系统在企业财务管理应用中存在的问题及对策[J]. 产业创新研究, 2023(10): 146-149.
- [4] 田瑞南, 孙道青, 李敏雪, 等. 基于 ERP 系统的企业科研项目管理应用探析[J]. 中国市场, 2021(23): 86-87.
- [5] 刘艳艳. 客户关系管理理论综述[J]. 职业, 2014(14): 176-177.
- [6] 聂梓. 客户关系管理在企业市场营销中的作用[J]. 企业改革与管理, 2017(3): 125-126.
- [7] 董旭. 论市场营销中的客户关系管理[J]. 商品与质量, 2020(16): 217.