**华南师范大学高等教育自学考试本科毕业论文（设计）开题报告**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 学院 | 经济与管理学院 | 专业 | 工商管理 | 准考证号 | 030623202944 |
| 姓名 | 洪道明 | 考生类别 | | 社会考生 | |
| 毕业论文（设计）选题 | | 客户关系管理存在的问题及对策研究-以A公司为例 | | | |
| **一、选题目的与意义：**  1. 选题目的：本研究旨在通过分析A公司客户关系管理中存在的问题，深入探究这些问题的成因，为企业优化客户关系管理提供切实可行的建议。通过系统研究，期望提升A公司的客户满意度、增强客户忠诚度，从而助力企业市场竞争力的提升和可持续发展。  2. 选题意义：（1）理论上：本研究通过对A公司客户关系管理的实证分析，丰富了客户关系管理领域的文献积累，深化了对CRM理论在高科技行业应用机制的理解，为相关理论的完善和发展提供了实践支撑。（2）实务上：通过深入剖析A公司客户关系管理现状并提出针对性的改进建议，不仅有助于A公司优化管理流程、提升服务质量，还为同行业其他企业完善客户关系管理提供了重要的参考价值，助力企业实现可持续发展。 | | | | | |
| **二、研究的主要内容：**  主要内容：本文以A公司客户关系管理为研究对象，通过问卷调查、访谈和案例分析等方式，深入了解A公司在客户关系管理中存在的问题，结合国内外专家学者的研究成果和相关理论知识，针对问题进行系统分析，挖掘问题根因，并研究制定有效的改进对策，从而实现A公司客户关系管理水平的显著提升，助力企业增强市场竞争力和可持续发展。本文拟从八部分进行研究：  第一部分，本章介绍研究的背景和意义、研究目的、研究方法及研究内容，为后续分析奠定基础。  第二部分，本章包括核心概念界定和文献综述，文献综述涵盖国内外研究现状及研究述评，梳理客户关系管理的理论基础和发展趋势。  第三部分，本章明确客户关系管理的核心概念，并阐述关系营销理论、服务质量理论、客户生命周期理论和技术接受理论等，为研究提供理论支撑 。  第四部分，本章介绍A公司的客户结构、业务类型、CRM系统运行现状及通过问卷调查和访谈获取的实施情况，为问题识别提供数据基础。  第五部分，本章分析A公司在客户关系管理中的具体问题，包括客户数据管理不完善、沟通渠道单一、缺乏个性化服务以及客户关系管理文化与员工培训不足。  第六部分，本章探讨问题成因，包括客户管理系统建设滞后、多元化沟通渠道认识不足、客户需求理解不足以及培训机制不健全等。  第七部分，本章提出针对性改进对策，包括加强信息系统建设、优化多样化沟通渠道、强化个性化服务与营销以及建立健全的员工培训机制。  第八部分，本章总结研究成果，分析研究的不足，并提出未来研究方向和完善建议，为A公司及其他企业提供参考。 | | | | | |
| **三、研究思路与研究方法：**  为更加客观、科学、全面地完成本研究，本文拟采用以下研究思路与方法：  （1）文献研究法。通过查阅大量的国内外相关文献资料，对客户关系管理的理论与实践进行梳理，为A公司的客户关系管理存在的问题研究奠定理论基础  （2）案例分析法。采用案例分析法，深入A公司进行实地调研，收集其在客户关系管理方面的相关数据与资料，包括客户信息、沟通记录、服务流程等，通过对其实际运营情况的剖析，找出存在的问题。  （3）问卷调查法。本文围绕了解A公司实施的客户关系管理实际情况进行问卷内容设计，以A公司员工为调查对象，以匿名方式进行调查，事后对问卷结果进行整理和总结，为此主题研究提供了数据支撑。 | | | | | |
| **四、进度安排：**  1.选题阶段：2025年1月  2.写作阶段：2025年2月-4月  3.提交定稿：2025年4月11-18日  4.答辩时间：2025年5月11日 | | | | | |
| **五、参考文献：（不少于10篇）**  1.张丽. (2020). 客户关系管理在提升客户满意度中的作用研究. 《管理科学》, (10), 45-52.  2.刘强. (2021). 中小企业CRM实施现状与问题分析. 《企业管理》, (6), 78-85.  3.王芳. (2022). 电子商务行业CRM与客户忠诚度的关系研究. 《电子商务研究》, (3), 23-30.  4.李明. (2023). 服务行业客户关系管理的应用与挑战. 《服务管理》, (8), 15-22.  5.陈红. (2023). 大数据驱动的客户关系管理优化研究. 《信息管理》, (5), 33-40.  6.赵阳. (2024). 云端CRM在零售行业中的应用分析. 《零售研究》, (2), 56-63.  7.孙洁. (2024). CRM系统中的数据安全问题探讨. 《信息技术》, (7), 19-26.  8.周华. (2025). 客户生命周期管理与CRM实践研究. 《市场营销》, (1), 44-50.  9.徐磊. (2025). 人工智能在CRM客户服务中的应用研究. 《技术与管理》, (4), 27-34.  10.杨帆. (2020). 国内企业CRM实施的成功因素分析. 《管理案例》, (9), 12-18.  11.张伟. (2021). CRM对企业竞争力的影响研究. 《经济研究》, (11), 66-73.  12.李娜. (2022). 金融行业CRM应用与个性化服务研究. 《现代管理》, (5), 38-45.  13.王涛. (2023). 移动CRM的普及趋势及其影响. 《信息系统》, (6), 50-57.  14.Smith, J. (2020). The role of AI in enhancing customer relationship management. Journal of Marketing, 84(5), 102-115.  15.Jones, T. (2021). Mobile CRM: Trends and impacts in global markets. Business Review, 29(3), 45-58.  16.Brown, R. (2022). Blockchain technology in CRM: Opportunities for data security. Technology Innovation, 15(2), 78-90.  17.Lee, S. (2023). Green CRM: Integrating sustainability into customer management. Sustainability Journal, 11(4), 33-47.  18.Taylor, P. (2024). AI-driven personalization in customer relationship management. Management Science, 70(6), 123-136.  19.Kim, H. (2025). Integrating IoT with CRM systems for real-time insights. Tech Trends, 18(1), 56-69.  20.Davis, M. (2025). CRM analytics and its impact on customer retention. Analytics Review, 22(3), 88-101. | | | | | |
| **主考院系意见（是否同意开题）：**  时间： | | | | | |

**填写说明：宋体小四号不加粗，1.5倍行距；篇幅控制在1张A4纸版面以内。**