

学校编码: 10384

分类号 _____ 密级 _____

学号: X2008230150

UDC _____

廈門大學

硕士学位论文

基于 J2EE 的银行客户关系管理系统的设计与实现

Design and Realization of Customer Relationship

Management System for Bank Based on J2EE

关又文

指导教师姓名: 吴清锋 副教授

专业名称: 软件工程

论文提交日期: 2010 年 9 月

论文答辩日期: 2010 年 月

学位授予日期: 年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2010 年 月

厦门大学博硕士学位论文摘要库

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

摘 要

随着世界经济朝着全球市场一体化发展, 商业银行竞争已经进入了客户关系管理 (CRM) 时代。资产规模小、客户忠诚度低让城市商业银行在竞争中处于下风。以客户为中心, 为客户提供优质的、周到的服务, 是城市商业银行的立足之本。CRM 不仅可以使商业银行快速的, 高效的吸引客户, 防止客户流失, 还可以提高客户服务的满意度, 建立客户驱动的产品, 服务设计和向客户提供更快捷、更周到的优质服务, 以吸引和保持更多的客户资源。开发和设计一套贴合实际生产需求的客户关系管理平台, 为客户关系管理方案及客户营销流程顺利实施提供有力支持成为目前商业银行 IT 建设的当务之急。

本文以某城市商业银行实施客户关系管理系统为背景, 从 CRM 的起源与发展作为切入点, 对 CRM 在商业银行应用中的作用进行了分析; 对开发 CRM 系统所用的 J2EE 技术进行了讨论, 阐述了其四层结构的原理和优点, 并介绍了基于 Struts 框架的系统前台开发架构。研究了 CRM 系统的设计与实现, 包括系统需求分析、数据流程分析、系统架构分析、系统功能模块设计、数据模型设计、系统页面实现等。

关键字: 客户关系管理; J2EE; Struts;

厦门大学博硕士学位论文摘要库

Abstract

Along with the world economics toward the global market integration development, the commercial bank competition already entered the age of customer relations management (CRM). The property scale is small, the customer loyalty lets the city commercial bank be at a disadvantage lowly in the competition. To take the customer as the center and provide high quality, the thorough service for the customer, is the city commercial bank's foundation. CRMs not only make the commercial bank to be fast, the highly effective attraction customer, prevent the customer outflow, but also enhance the customer service the degree of satisfaction, establishes the customer actuation the product, the service design and provides quickly, the thorough high-quality service to the customer, attracts and maintains the more customer resources. Develops and designs a set of fitting actual production demand the customer relations to manage the platform, provides supports into the present commercial bank IT construction powerfully for the customer relations management plan and the customer marketing flow smooth implementation the urgent matter.

This dissertation take some city commercial bank to implement the CRM system as a background, from the CRM origin and the development for the breakthrough point, has carried on the analysis to CRM in the commercial bank application's function; To developed the J2EE technology which the CRM system used to carry on the discussion, elaborated its four structure's principle and the merit, and introduced based on the Struts frame system onstage development construction. Studied the CRM system's design with to realize, including the system requirements analysis, the data flow analysis, the system construction analysis, the system function module design, the data model design, the system page realized and so on.

Key words: Customer Relations Management; J2EE; Struts;

厦门大学博硕士学位论文摘要库

目 录

第一章 绪论	- 1 -
1.1 课题的研究背景和意义	- 1 -
1.2 客户关系管理的基本理论及现状研究	- 1 -
1.2.1 客户关系管理的定义.....	- 1 -
1.2.2 客户关系管理的发展.....	- 2 -
1.2.3 国内城市商业银行客户关系管理的现状.....	- 3 -
1.3 论文的研究内容	- 4 -
1.4 论文的章节安排	- 5 -
第二章 技术框架介绍及分析	- 7 -
2.1 J2EE 概述	- 7 -
2.2 J2EE 组成和结构	- 8 -
2.3 Struts 框架简介	- 9 -
2.4 基于 Struts 的前台开发架构	- 10 -
2.5 本章小结	- 11 -
第三章 系统需求分析	- 12 -
3.1 项目背景及总体目标	- 12 -
3.2 需求简述	- 13 -
3.2.1 日常工作支持与协同管理.....	- 13 -
3.2.2 服务营销流程支持.....	- 14 -
3.2.3 绩效考核.....	- 15 -
3.2.4 日常运营管理.....	- 15 -
3.3 CRM 系统个人客户需求	- 16 -
3.3.1 个人客户细分.....	- 16 -
3.3.1.1 正式客户与潜在客户.....	- 16 -
3.3.1.2 全量客户与筛选客户.....	- 18 -
3.3.1.3 普通客户与 VIP 客户	- 18 -
3.3.2 个人客户 360 视图.....	- 19 -

3.3.2.1 客户基本信息及来源分析.....	- 20 -
3.3.2.2 客户补充信息处理.....	- 20 -
3.3.2.3 客户的账户信息.....	- 20 -
3.3.2.4 客户签约信息.....	- 21 -
3.3.2.5 警示提醒.....	- 22 -
3.3.2.6 客户贡献度.....	- 24 -
3.3.3 服务与营销过程管理.....	- 25 -
3.3.3.1 客户资源管理.....	- 25 -
3.3.3.2 客户升降.....	- 25 -
3.3.3.3 协同维护.....	- 25 -
3.3.3.4 营销活动管理.....	- 26 -
3.3.3.5 销售机会管理.....	- 26 -
3.3.3.6 增值服务管理.....	- 26 -
3.3.4 个人客户经理业绩考核.....	- 26 -
3.4 CRM 系统对公客户需求.....	- 28 -
3.4.1 客户分层.....	- 28 -
3.4.2 信用等级和内部评级.....	- 29 -
3.4.2.1 信用等级.....	- 29 -
3.4.2.2 客户内部评级.....	- 30 -
3.4.3 对公客户信息 360 视图.....	- 30 -
3.4.4 客户资源管理.....	- 31 -
3.4.5 客户经理团队管理.....	- 31 -
3.5 日常工作管理需求	- 32 -
3.6 系统管理需求	- 32 -
3.6.1 机构和用户管理.....	- 33 -
3.6.2 岗位和角色管理.....	- 33 -
3.7 本章小结	- 33 -
第四章 系统的设计及实现	- 34 -
4.1 总体设计方案	- 34 -

4.1.1 设计目标.....	- 34 -
4.1.2 设计原则.....	- 34 -
4.2 系统架构设计	- 35 -
4.2.1 应用架构设计.....	- 35 -
4.2.2 技术架构设计.....	- 36 -
4.3 功能设计及实现	- 37 -
4.3.1 个人客户部分.....	- 37 -
4.3.1.1 客户基本信息.....	- 37 -
4.3.1.2 活期储蓄存款账户信息.....	- 41 -
4.3.2 对公客户部分.....	- 44 -
4.3.2.1 贷款账户信息.....	- 44 -
4.3.2.2 对公报表.....	- 48 -
4.3.3 客户分配.....	- 50 -
4.3.4 日常工作平台.....	- 52 -
4.4 本章小结	- 53 -
第五章 总结与展望	- 54 -
5.1 本文总结	- 54 -
5.2 下一步的工作	- 55 -
参考文献.....	- 56 -
致 谢.....	- 57 -

厦门大学博硕士学位论文摘要库

Contents

Chapter 1 Introduction.....	- 1 -
1.1 Research Background and Meaning	- 1 -
1.2 Theory and Current Situation of CRM	- 1 -
1.2.1 Definition of CRM	- 1 -
1.2.2 Development of CRM.....	- 2 -
1.2.3 The Situation of Domestic Commercial Banks.....	- 3 -
1.3 Major Work.....	- 4 -
1.4 Structure of The Dissertation.....	- 5 -
Chapter 2 Technical Framework.....	- 7 -
2.1 Summarization of J2EE	- 7 -
2.2 Constitute and Structure of J2EE	- 8 -
2.3 Struts	- 9 -
2.4 Framework Base on Struts.....	- 10 -
2.5 Summary.....	- 11 -
Chapter 3 Requirements Analysis	- 12 -
3.1 Object Background and Objective	- 12 -
3.2 Compendium of Requirement.....	- 13 -
3.2.1 Daily Work Support and Cooperative Management	- 13 -
3.2.2 Service Marketing Support	- 14 -
3.2.3 Performance Evaluation.....	- 15 -
3.2.4 Daily Operation Management.....	- 15 -
3.3 Requires of Individual Customer	- 16 -
3.3.1 Customer Classification.....	- 16 -
3.3.1.1 Formal Customer and Informal Customer	- 16 -
3.3.1.2 Customer Screening.....	- 18 -
3.3.1.3 General Customer and VIP	- 18 -
3.3.2 Comprehensive View of Individual Customer.....	- 19 -

3.3.2.1 Customer Information Analysis	- 20 -
3.3.2.2 Supplementary Information	- 20 -
3.3.2.3 Account Information	- 20 -
3.3.2.4 Signing Information	- 21 -
3.3.2.5 Remind	- 22 -
3.3.2.6 Customer Contribution	- 24 -
3.3.3 Service Marketing Management	- 25 -
3.3.3.1 Customer Resource Management	- 25 -
3.3.3.2 Individual Customer Level	- 25 -
3.3.3.3 Synergy Management	- 25 -
3.3.3.4 Marketing Management	- 26 -
3.3.3.5 Sales Management	- 26 -
3.3.3.6 Value-added Service Management	- 26 -
3.3.4 Performance Evaluation	- 26 -
3.4 Requires of Corporate Customer	- 28 -
3.4.1 Corporate Customer Classification	- 28 -
3.4.2 Corporate Customer Level	- 29 -
3.4.2.1 Credit Level	- 29 -
3.4.2.2 Internal Level	- 30 -
3.4.3 Comprehensive View of Corporate Customer	- 30 -
3.4.4 Customer Resource Management	- 31 -
3.4.5 Customer Manager Team	- 31 -
3.5 Requires of Daily Work	- 32 -
3.6 Requires of System Management	- 32 -
3.6.1 Organization and User	- 33 -
3.6.2 Station and Role	- 33 -
3.7 Summary	- 33 -
Chapter 4 System Design and System Implement	- 34 -
4.1 General Design	- 34 -

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库