



2020

互联网 / 高科行业

连接型CRM优秀实践案例

Excellent Practices For Connected CRM



纷享销客连接型CRM

赋能企业数字化未来



目录 DIRECTORY

01 解决方案

连接型CRM 赋能企业数字化未来 纷享销客创始人&CEO 罗旭	01-03
连接型CRM 助力企业销售增长 纷享销客CTO 林松	04-09
高科技公司全业务一体化最佳实践 纷享销客联合创始人 刘晨	10-13
管理实践 数据洞察 渠道精耕	14-19

02 最佳实践

纷享销客 助力 神州数码 成就完美、未来畅想	20-23
纷享销客 助力 神策数据 人效增长30%的企服攻略	24-27
纷享销客 助力 亿科 打通内外数据链, 以数据驱动价值	28-31
纷享销客 携手 鼎甲 铸就数据安全及管理新高度	32-35
纷享销客 助力 今宏 赋能渠道精耕, 制胜于终端	36-39

纷享销客 助力 喔趣科技 实现从线索到客户成功的全流程管理	40-43
纷享销客 助力 中商网络 小标签 大世界 为商品赋予无限数据价值	44-49
纷享销客 助力 群立集团 深入实践先进管理新模式, 实现业务快速增长	50-55

03 关于纷享销客

企业介绍 产品理念 产品架构	56-57
服务体系 研发团队 所获荣誉	58-59
客户成功 安全保障 60万+共同选择	60-61

2020

纷享销客SaaS CRM行业应用白皮书



Excellent Practices For Connected CRM

连接型CRM

行业洞察与解决方案

Industry Insight And Solutions

SaaS CRM应用的经验与洞察

纷享销客创始人&CEO 罗旭： 连接型CRM 赋能企业数字化未来

“

近年来，世界经济风云激荡，产业互联网大潮下，中国企业数字化转型跌宕起伏，SaaS行业迎来新的拐点。各企业从传统思维模式中逐渐觉醒，在业绩增长的道路上不断探索，寻求新时代下，能够武装自己的新兴互联网技术，以实现企业的可持续增长。

”

纷享销客创始人&CEO

罗旭



1 核心:以客户为中心, 创造客户价值

诚如德鲁克所言,企业的目的只有一个定义,那就是创造顾客,客户创造的过程就是价值实现的过程。产业互联网时代背景下,数字化转型逐步深化,企业获得发展的核心关键就在于以客户为中心,创造客户价值。与客户接触的全过程,是价值发现、价值传递与价值创造、价值认同的过程,也是数字化、数据化的过程,需要与客户建立紧密的连接关系,去切实感知用户需求、偏好,并随时与客户互动。如此,才能真正为客户持续赋能。在企业增长过程中,困扰我们的不只是方法,更重要的是工具。

2 企业增长面临三大焦虑

实践中,我们发现:很多好的方法、理论、思路难以实现真正落地。究其原因在于,现代企业的IT系统极其碎片化,在发展不同的时期建设的不同IT系统之间是互相隔离的,形成了一个信息孤岛。

另外,很多企业的信息系统往往是局域网系统,其企业内部生态、上下游伙伴与客户之间是割裂开的,无法及时获取终端客户的需求及随时可能发生的变化,割裂的、孤岛式的,局域网型的软件已无法满足企业日益提高的发展需求。举例来讲,经销商为终端用户的电视机提供维修服务,但却不能保证能及时将故障原因反馈给电视机厂家,因此厂家难以第一时间获取电视机故障时间、原因等,也就无法对电视机性能进行同步改进。

其三,更重要的是现代企业是新型的生态化企业,所面临的竞争是多变的、激烈的、敏捷的。之前的企业是“30年河东,30年河西”,但现在的企业是“3个月河东,3个月河西”,如今在很短的时间内,企业就可能发生翻天覆地的变化。因此,要想实现企业价值的持续性增长,就要利用现代化软件工具满足企业灵活的业务变化,以及组织架构调整等经营管理需求。

3 此CRM非彼CRM 连接型CRM 将成为数字化商业的未来引擎

纵然中国CRM经过了20多年的发展,但目前整个云服务厂商一年的收入不超过30亿人民币。而中国有着上千万的中小企业,几十万的中大型企业,不是中国企业不需要云服务,而是中国传统CRM厂商在做工具的过程中,始终没有摸清中国企业的脉搏,没有真正搞清楚中国企业到底需要什么样的工具以帮助其发展。

“我们不仅仅需要技术,更需要的是思想。”这是一个思想和技术聚变的时代,“增长”是永恒的主题。产业互联网时代,数字化转型已然渗透至各行各业,云服务软件是企业在这个时代最核心的抓手,以客户为中心、以业务为驱动的连接型CRM将成为企业的核心,也必然将成为数字化商业的未来引擎,然则此CRM非彼CRM。

罗旭表示,未来的企业一定是数字化、生态化、智能化的,从生产、流通、零售乃至服务端都将实现从线上到线下,全场景、一体化、端到端的全链路打通。在此过程中,企业信息流、业务流、票据流、资金流、服务流、物流流将实现全数字化连接与流通。

这不仅需要改变企业应用软件及工具,也要在思想上实现突破性改变。未来的CRM将以一个崭新的面貌出现在我们面前,纷享销客连接型CRM其核心就是互联与赋能,实现企业内部、上下游伙伴、客户的连接,以及生态链中各要素的良性交互,整合整个生态体系。“只有把产业互联网与CRM结合起来,把用户和业务连接起来,并以客户为中心,以业务为驱动实现全公司、全网的协作,打造连接型、交互业务工具模式的CRM才会让其发挥真正的价值。这是未来企业致胜的王道。”罗旭说。

从另一个角度来看,连接型CRM是决策网络、交易网络和通讯网络三者的交互和融合,通过以订单为中心的业务流、以客户为中心的决策流、以人为中心的信息流,打破传统封闭的CRM软件形态,形成以CRM+IM、CRM+销售协同、CRM+互联的新一代CRM。

“

“我们不仅仅需要技术，更需要的是思想。”这是一个思想和技术聚变的时代，“增长”是永恒的主题。产业互联网时代，数字化转型已然渗透至各行各业，云服务软件是企业在这个时代最核心的抓手，以客户为中心、以业务为驱动的连接型CRM将成为企业的核心，也必然将成为数字化商业的未来引擎。

”

4 未来的CRM,全新的CRM

未来的CRM必然将以一个崭新的面貌出现在我们面前。在罗旭看来，一个全新的CRM应该能够进行精细化的业务场景管理，具有无处不在的数据洞察能力，能够通过连接员工、伙伴、客户为企业赋能。同时，它又必然是懂行业的，是能够高效率、低成本地为企业提供个性化业务定制的强大企业软件工具。

纷享销客连接型CRM涵盖了以上所有特征，在大量的实践应用中不断诠释着全新的CRM形态：行业应用+业务场景+ISV开发、泛化的CRM+互联逻辑、广义的PaaS平台+开放平台、AI平台+商业智能服务、数据服务+租户基础架构，构筑了纷享销客对于连接型CRM生态体系的整体规划和未来定义。对于纷享销客连接型CRM来说，SFA只是基础，互联和赋能才是其核心。

5 连接型CRM:对客户进行全生命周期的管理

对于企业而言，销售不是从客户跟进到交易完成的“一锤子买卖”，从线索到订单，仅仅只是价值营销的开始，客户全生命周期的管理才是实现企业全方位增长的重要途径。“长期、满意的客户关系才是业务目标，而不是销售达成的那一刻。”

纷享销客连接型CRM从营销获客、潜在线索、SDR跟进线索、销售线索转化到商机、结单等各个环节获取的数据在平台内得以系统性沉淀。凭借丰富的数据资源，可帮助客户实现对市场活动ROI、线索质量、线索来源、线索转化、销售预测等流程的精细化管理与分析，并为企业未来决策的制定提供丰富的数据参考。

纷享销客的“以客户为中心”不只是说说而已，对于客户而言，最重要的是价值的创造。纷享销客连接型CRM基于客户全生命旅程与组织，为客户进行横向与纵向的精细化营销流程设计，对客户进行分类分级，精细化管理。同时，针对不同的客户采取区别性战略手段，为不同身份、不同状态的客户提供区别化服务，并进行全生命周期管理。

6 中国CRM与国际CRM 市场存在巨大差距

放眼当下，中国的CRM之路纷繁复杂，从国内大环境来看，2019年的国内CRM资本市场热闹非凡。从全球CRM市场来看，据了解，全球的SaaS大概有2千亿美金的市场，CRM占25%，近500亿美金。而根据国内第三方统计数据，纯SaaS部署的CRM收入，不超过30亿人民币。不难看出，与国际CRM市场相比，中国存在着巨大的差距，这是一个值得国内所有CRM人深思的问题。

相应的调整 and 改变。谁对中国整个商业社会的未来发展趋势看的更透，谁的创新和理解更本地化，就有可能获得真正的机会，成为最后的赢家。同时，中国的CRM厂商也在不断吸取欧美CRM的优点与教训，并结合本土情况来改善和发展自己。

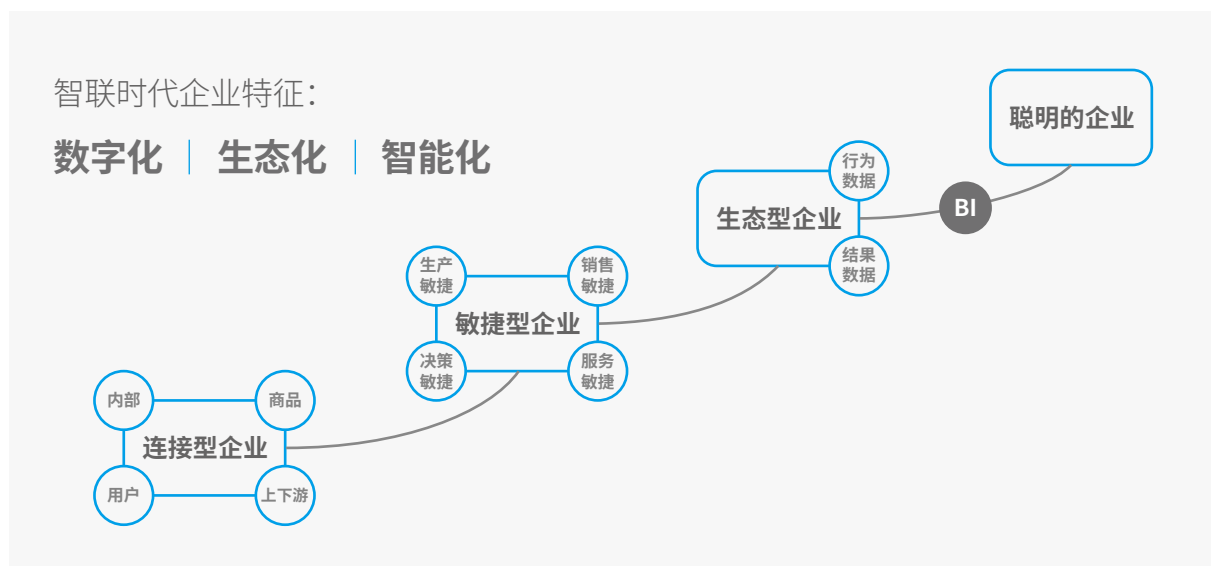
另外，中国乐观的接近于80%的互联网渗透率，以及产业互联网大潮的风起云涌都为SaaS的大发展提供了良好的机会。数字化转型不断深化，企业迎来新的发展机遇和挑战，对管理的要求逐步提升。种种迹象表明，中国的CRM依然有很大的发展机会。正如罗旭所言“未来1、2年内，中国CRM在中国的爆发，指日可待。”

7 扑朔迷离中的生机： 中国CRM的爆发指日可待

中国的CRM已经走过了近20年的时间，但时至当下，非但没有长出参天大树，却进入了一个扑朔迷离的状态。究其原因，是由于C2C (Copy to China) 模式红利的消退。纵然国外企业比中国本土企业涉足CRM领域早了近5、6年的时间，但这并不意味着国外CRM巨头的进入会给中国的CRM厂商带来颠覆性的冲击和改变。在 To C 领域，很多国内企业会将国外成熟的商业模式拷贝到中国，从而获得大概率的成功，比如 Google 之于百度、Yahoo 之于新浪。但当TO B的企业与中国市场结合的时候，都要根据本土的政治和经济环境作出

8 中国CRM迎来产业构建的关键时刻

历经20多年的发展，中国的CRM在摸爬滚打中终于走到了产业构建的关键时刻。纷享销客作为当下CRM领域的领先者，也曾辉煌过，也曾动荡过，也曾迷茫过，但好在历经艰辛，在不断创新和突破中，终于迎来了国内CRM的春天。目前，纷享销客已拥有全行业全渠道的营销能力，服务于60万+企业客户，在丰富的实践中不断印证着中国新CRM的成功与大好前景。“在未来1-2年内，中国的CRM将进入爆发期。”惊喜或许总在风雨后，未来，我们拭目以待。



纷享销客CTO 林松：

连接型CRM助力企业销售增长

“

作为企业销售增长之利器，连接客户、连接伙伴、连接员工是纷享销客连接型CRM的重要特色，那么纷享销客具体通过哪些技术去帮助客户，又是通过哪些产品赋能客户实现数字化转型，读者可以通过纷享销客CTO林松的文章全方位了解。

”

纷享销客CTO

林松



1 数字化程度对CRM提出不同需求

企业在早期发展时，管理简单，会容易把CRM当成数据记录系统，客户数据库。随着企业管理成熟，企业开始进行流程规范，开始把CRM作为一个业务系统看待了。而当企业的规模越来越大，管理水平不断提升，企业已经把CRM当成数字化经营和管理的系统，不光是内部管理信息、管理流程、管理审批、管理实践，更多企业开始期望通过CRM系统在经营过程中进行细致化的分析。最终，这个CRM能够成为支撑企业以客户为中心的业务管理模式，不仅仅是给企业销售应用的，更能够帮助企业把人员连接起来。但是，因为原来的系统工具已经无法很好的支撑这个模式，因此需要新的CRM价值体系来满足。

纷享销客连接型CRM系统正好可以解决这个问题。

以客户为中心的企业数字化经营是连接型CRM的价值体系，纷享销客产品底层的PaaS平台让我们的业务结构更加的灵活，可以更好的帮助客户做自定义的数据分析，让企业根据不同的业务规则灵活制定业务。同时，纷享销客的CRM平台除了供给企业内部人员使用，也可以向伙伴和客户开放，让他们通过这种方式快速的纳入到业务体系里。

2 利用三大系统 连接型CRM可精细化运营L2C全流程

而在企业最为关注的销售能效提升上，L2C（线索到现金）的精细化管理和数字化洞察是重要途径。在这个链条中，企业能够利用纷享销客连接型CRM划分的三个系统——获客系统、做单系统、交易系统，去精细化运营每一个销售增长因子，最终实现客户增长目标。

具体到获客系统，纷享销客的CRM获客能力，能够很好的从多渠道把对应的销售线索汇集起来。比如从搜索引擎、广告、小程序等、包括现在很多社交类平台来源的归集，不同于传统的靠人工一条一条把线索往系统里录入，纷享销客连接型CRM是把整个线索无缝的

“

企业能够利用纷享销客连接型CRM划分的三个系统——获客系统、做单系统、交易系统，去精细化运营每一个销售增长因子，最终实现客户增长目标。

”

从营销侧的各类平台流转进来,同时形成比较好的关于整个客户的互动行为记录,并对整个的线索打标签。上述过程完成之后,CRM系统再帮助企业进行清洗、评估、分配和转化,完成了线索全生命周期的精细化管理。

目前,有很多企业都受益于纷享销客获客系统,实现了销售增长。比如,专业的大数据分析服务公司神策数据,在利用纷享做线索精细化运营之后,大大提高了线索转化率。

具体到打单系统。在整个商机阶段,纷享销客连接型CRM会将商机管理以项目的方式运营,将一个商机分成N个阶段,在每一个阶段去定义销售的业务动作,最终能够快速帮助企业对商机进行精细化管理和预测,以达到提升控单能力和销售效率的目的,同时还可以细化产品报价系统(CPQ),不断提高报价效率,规范价格管理。

比如,以报价复杂的制造业来说,一个优秀的CPQ能力可以有效的配置整个报价的组合关系和限制关系,形成一个比较好的价格政策,基于这个价格政策,企业可以有效的形成一种报价审批流程。另外,在高科领域、快消领域,纷享销客也会有一系列的报价能力有效的支撑不同行业去做精细化的报价管理,从而提升每一个客户的客单价,最终提升公司的销售。

具体到交易系统,基于纷享标准产品能力+PaaS定制实现,可以集成ERP,提升回款管理效率。比如实现制定回款计划,通过订单确立暂估应收;回款精细化管理,通过回款明细完成收款核销;CRM+ERP无缝集成,实现业务财务一体化;实现Order to Cash业务闭环,有效管控订单应收。

举例来说,通过纷享销客CRM的交易系统,可以有效的帮助客户把整个回款精细化管理。比如销售人员的绩效,它最终不是跟订单来挂钩而是从企业里面获得的回款来挂钩,所以通过CRM去配置销售人员绩效管理,能够有效的帮助企业把回款和应收管理起来,极大的减少坏账情况,更好的洞察产品交付环节,

从而高效地帮助企业把控整个营收增长。以上,通过L2C一系列精细化的行为管理,对整个企业销售链条不同的单元、产品、销售目标做有效的数字化管理及决策,最终给企业带来意想不到的增长效率。

3 连接销售、伙伴、员工,实现业务管理闭环

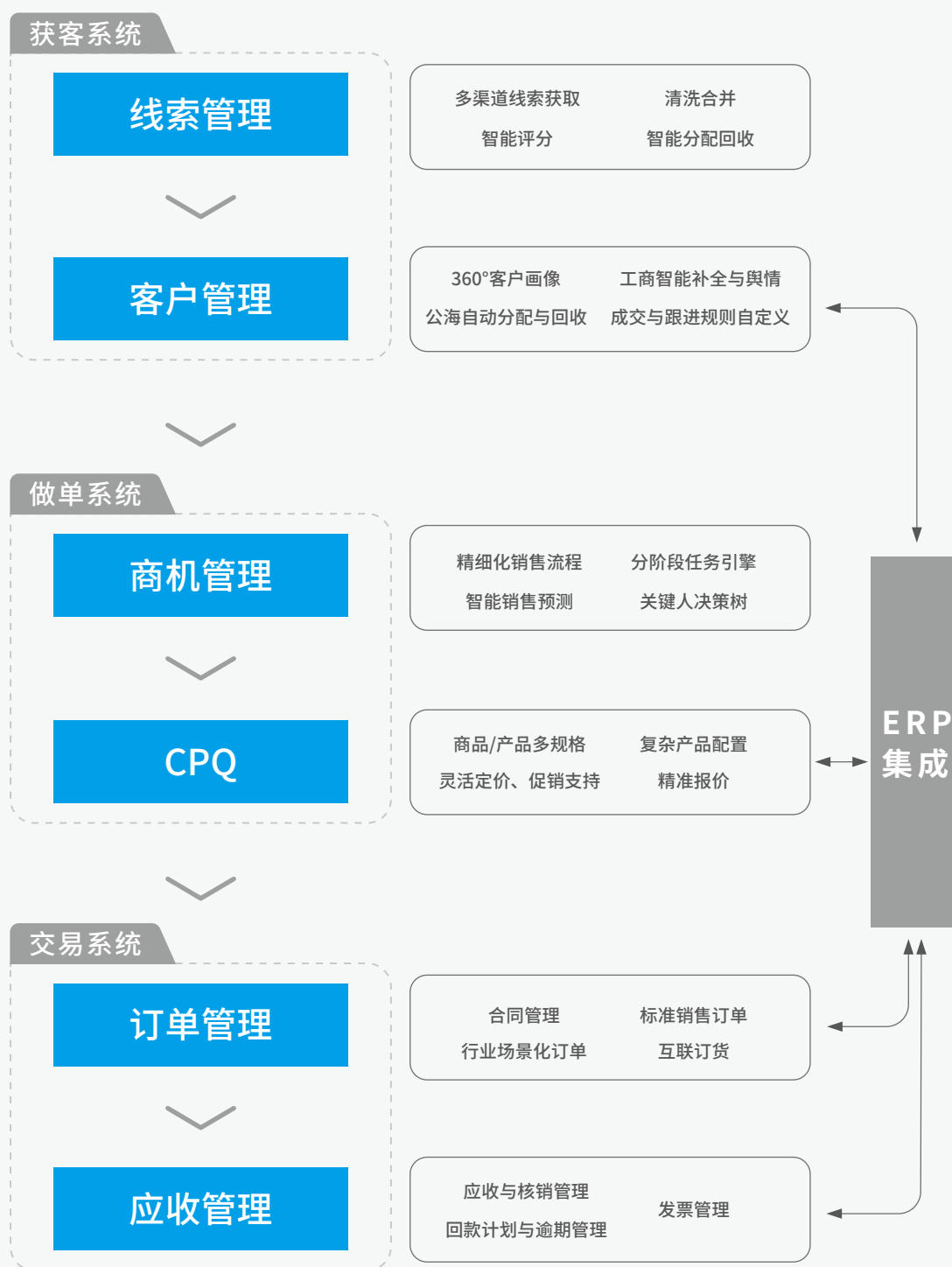
纷享销客CRM有三个核心概念,连接客户、连接合作伙伴、连接企业内部的员工,目的是全员以客户为中心的方式去做服务。

纷享销客的产品不仅是给一家企业的销售人员应用,而是希望企业全员去用,同时能够更好的帮助企业跟合作伙伴连接起来,这种连接不是简单的,而是更好的帮助合作伙伴。也就是说除了企业本身的数字化,如果能够更好的帮助合作伙伴、帮助代理商、经销商也进行数字化赋能,大家一起把生意做大,最终会为企业带巨大的收益。

纷享销客连接型CRM的几项亮点功能:以客群为例,该功能可以实现以客户为中心的全员协同(IM+CRM+流程),针对每一个客户,全员可以高效协作服务;在客群中,业务动态和流程即时触达让CRM业务无缝集成。

而在采用纷享销客连接型CRM之后,经销商通过“订货通”功能可以随时随地在线订货,提高订货效率;通过平台订单审核进度、是否发货、物流状态随时查询,无须频繁催单,就可做到心中有数,制定有效可行的销售计划,提高销售额。更重要的是,由于订单信息由经销商自主提交,无须企业二次录入,订单出错率降低,处理效率大幅提升。真正实现了厂家-经销商-终端门店的多级订货,自动获取下游经销商及终端门店的销售数据,通过数据分析帮助企业科学的进行经营决策。同时,利用纷享销客提供的伙伴学堂,企业实现了渠道培训,轻松赋能下游经销商。

线索到现金 (L2C)：从闭环到精细化, 精细化运营每一个增长因子



以企业互联为例，纷享销客连接型CRM可以帮助企业的上下游伙伴，比如经销商、代理商等，进行高效的业务协作。包括为这些伙伴的渠道和培训赋能。除了让企业和合作伙伴能够沟通之外，连接型CRM实现企业互联的核心是，上游厂商针对他的经销商、代理商可以开放互联业务窗口。这个互联业务窗口是由企业自定义对外部开放各类应用，决定对下游厂商就特定业务可以进行快速的协调沟通。在这个过程中，上下游企业使用独立APP，企业之间是隔离的；上游厂商管理业务的开放和权限。

纷享销客的某家投影制造业企业案例：这家公司有10家分公司，50+家经销商，180+家门店，它的业务模式是“电商+渠道经销+终端门店销售”，此前，公司的订单处理成本高、效率低，易错单漏单，同时难以获取经销商库存和终端门店/客户数据，无法统计分析，以应对市场变化；另外，经销商通过微信/邮件等方式获取产品资料，无法了解培训学习情况。而作为该公司的经销商也同样面临问题，如通过微信/电话/邮件下单，流程繁琐，时效长效率低；订单处理进度、物流状态等信息一无所知，无法及时有效制定销售计划。

4 坚实技术赋能CRM产品能力

毫无疑问，纷享销客正在为企业提供具备连接能力的CRM平台，那么，背后是怎样的技术在推动产品实现强大的功能呢，正是纷享销客的PaaS平台实现了业务灵活定制化和动态变化。

纷享销客的很多客户，都是看中我们的平台能力，我们为客户提供的所有应用，都有快速、动态、定制化的平台去支撑。同时，客户系统上线后的每一次业务变化需求，纷享销客都能快速的响应并作出灵活调整。能做到这些，都是因为我们有一个连接型的PaaS平台。

纷享销客的技术优势可以总结为三个核心能力：

第一，面向企业提供无代码业务配置能力，比如拖拽式业务对象构建、可视化业务流程配置、自定义权限配置、可视化APP自定义能力。

第二，面向实施人员，以及企业IT技术人员，提供复杂代码的定制业务。

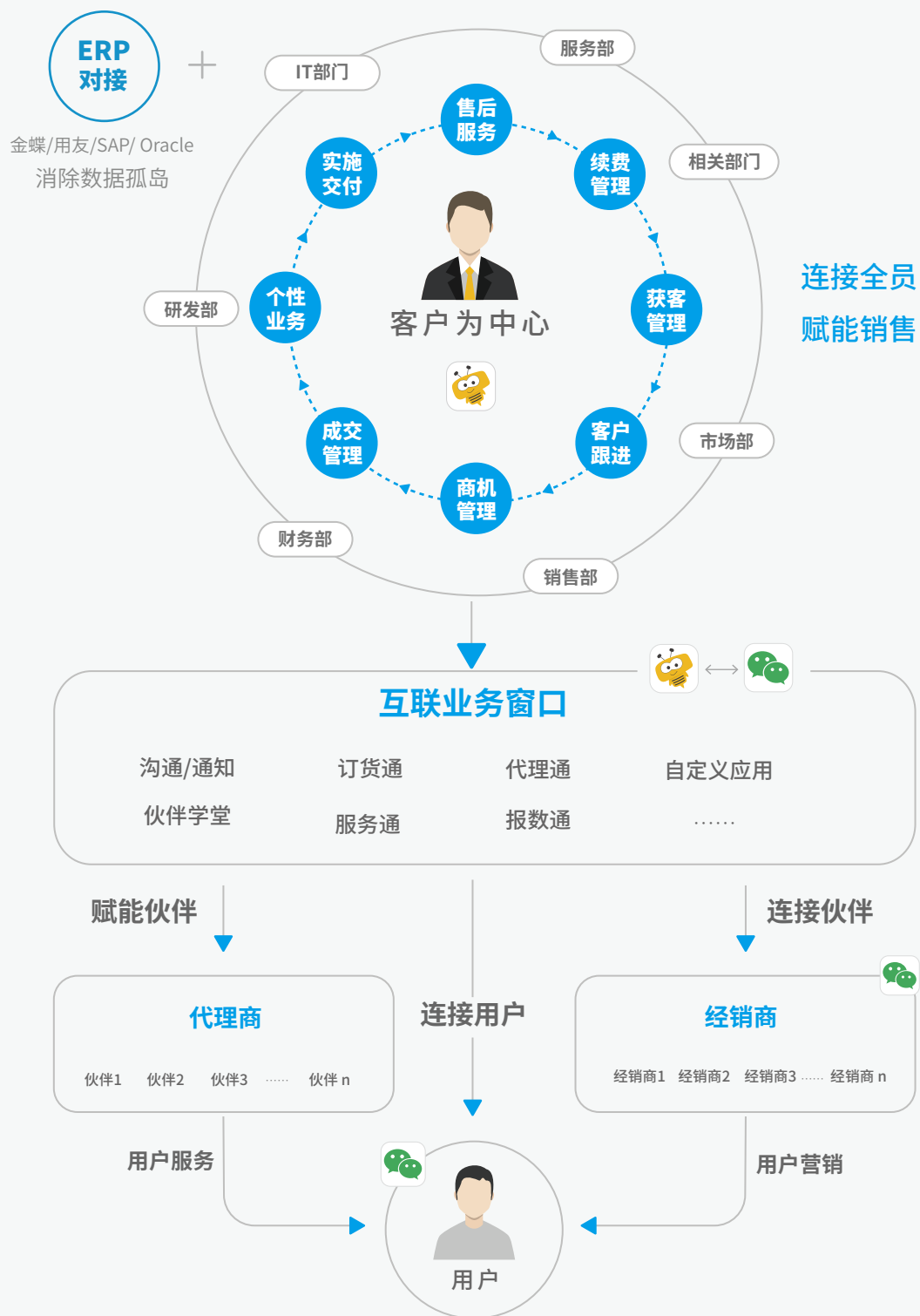
第三，通过纷享销客本身的连接能力，可以帮助企业快速的把内容向外部开放。包括上下游企业之间的业务应用开放，连接第三方企业IM（钉钉，企业微信），开放API与系统集成等等。

而无处不在的BI，更是纷享销客赋能企业经营洞察和科学决策的利器，在底层，纷享销客把整个CRM的数据和平台的其他业务数据进行有效的采集和整合，同时根据各种规则，提前进行计算聚合。然后，根据不同的输出需求，纷享销客设定了多种分析维度，最终提供更丰富的可视化图表。利用纷享销客CRM，企业可以从BI走向AI，实现更智能化的业务系统，比如智能线索打分、智能商机预测，智能货架检查，做到真正的智胜未来！

在整个使用纷享销客的过程中，数据安全永远都是我们服务客户的头等大事。我们也投入了大量的安全保护在客户的数据上。

目前，纷享销客的平台上已经有非常多重量级客户，每一个客户产生的数据是百万到千万级，这对纷享销客平台的性能提出了挑战。对此，纷享销客正在不断提升整个系统的性能和服务能力，不断洞悉客户的新需求，与客户共同成长，用心去做好产品。

连接型 CRM 以客户为中心，赋能销售、伙伴，实现企业业务管理全闭环



纷享销客联合创始人 刘晨：

高科技公司全业务一体化最佳实践

“

企业的中台建设一定是以CRM为核心,通过PaaS低代码方案构建核心业务能力。纷享销客的解决方案在实施投入方面综合性价比非常高。整体方案中集成超过10家以上的SaaS系统,从而实现了IT能力的大幅提升,解决了企业内部90%以上的IT信息化需求。

”

纷享销客联合创始人

刘晨



1 企业信息化三大挑战

企业内部信息化的主要挑战，即内部业务变化速度加快，新业务不断出现和迭代，企业IT部门不知道该如何及时响应业务体系的新需求，具体来自以下三方面：

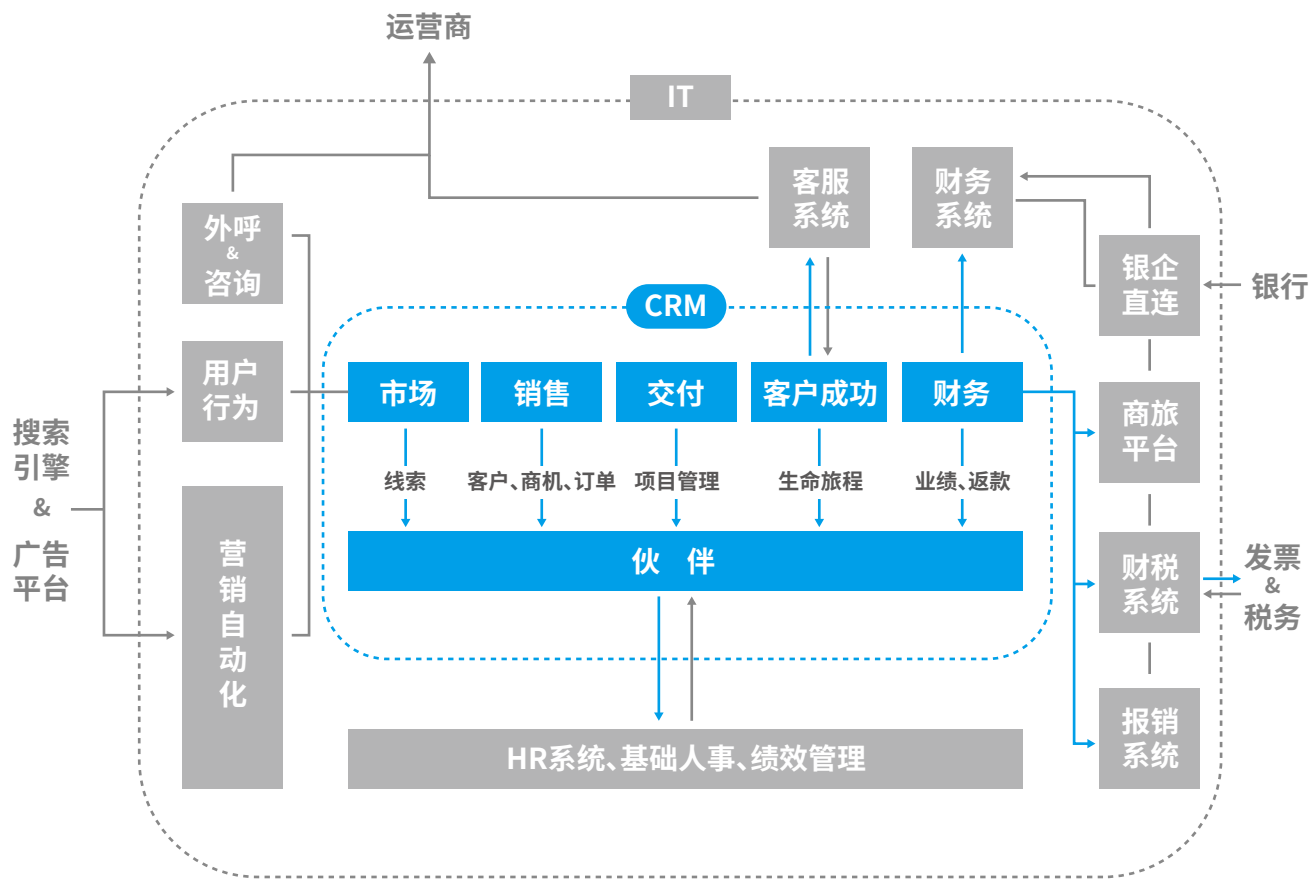
第一，业务部门说不清自己的需求，或者频繁的变更需求；

第二，企业的研发部门成本居高不下，同时人才难觅；

第三，供应商能力不足，部署的信息化系统要么不能完全满足企业的需求，要么干脆失败。

作为企业的CIO，应该首先深刻理解公司的业务，找到业务中不变的点建立数字中台。选择有PaaS平台支撑的SaaS系统，通过PaaS平台搭建自有业务，做好核心中台系统及IT系统的规划。未来企业中台的架构一定是一个中心多系统集成的模式。以纷享销客自己的内部系统架构作为例子（下图），是一个以CRM为核心的，包括市场、销售、交付、客户成功、财务及合作伙伴的全流程闭环架构。

纷享销客内部业务蓝图：.....



2 四大核心场景赋能解决方案

纷享销客CRM又提供了哪些解决方案来帮助用户应对挑战?主要有四大核心场景:

第一, 连接市场和销售, 提供基于B2B营销模式的线索一体化解决方案(下图)。这其中有四个关键字, 即“多、快、好、省”: “多”就是找到更多的获客渠道; “快”就是实现从市场到销售的快速联动; “好”是输出高质量线索; “省”是实现端到端的ROI分析。这部分最大的挑战来自于企业内部线索管理成熟度和数据闭环, 而纷享销客的解决方案, 可以对线索的培育、清洗、分配到转化签约实现端到端的业务支撑和跟踪分析。

第二, 连接销售和财务, 提供业财一体化解决方案(下图)。通过卷入业务体系可以极大的提升财务的运作效率。这部分最大的挑战在于, 如何处理好CRM和财务系统的分工和边界。这同时对CRM系统的定制能力、稳定性和集成能力提出了很高的挑战。对此, 纷享销客的业务财务一体化解决方案让财务部门节省80%的人力, 核算部门节省了60%的人力, 业绩确认缩短了95%的时间。

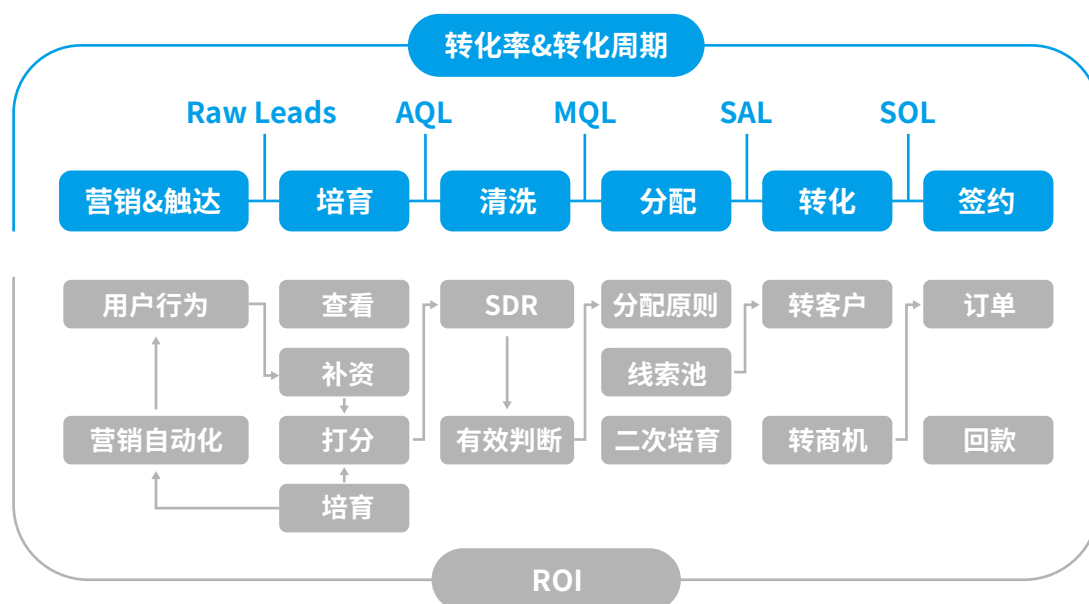
第三, 连接销售、交付、客户成功和研发, 实现跨部门

的客户生命周期管理解决方案(下图)。通过建立客户360°视图, 对所有角色共享交付和服务数据, 加强对客户的服务能力, 从而提升客户体验。这个环节最大的挑战是如何建立客户统一视图, 如何建立跨角色跨部门的协作流程。

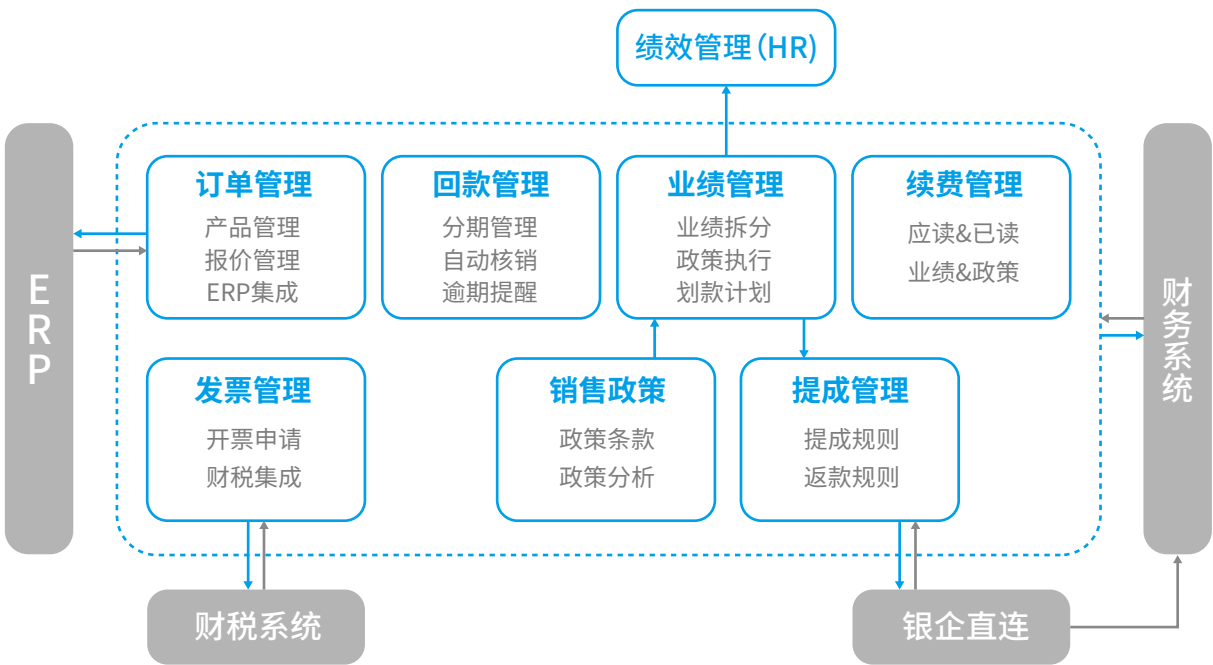
第四, 连接伙伴, 构建内外一体化协作能力。通过跟伙伴一起建立开放共享的协作机制, 实现强业务赋能。这个环节最大的挑战是伙伴门户的建立及如何重构内部业务流程和数据权限。

企业的中台建设一定是以CRM为核心, 通过PaaS低代码方案构建核心业务能力。纷享销客的解决方案在实施投入方面综合性价比非常高。在人员配置方面1个业务架构加两个PaaS开发人员就能满足系统建设的需要; 整个解决方案的总工时基本控制在400人天以内, 需求响应速度缩短到1天以内; 整个过程只有10%的需求靠低代码开发, 其余90%的需求靠无代码配置; 整体方案中集成超过10家以上的SaaS系统, 从而实现了IT能力的大幅提升, 解决了企业内部90%以上的IT信息化需求。

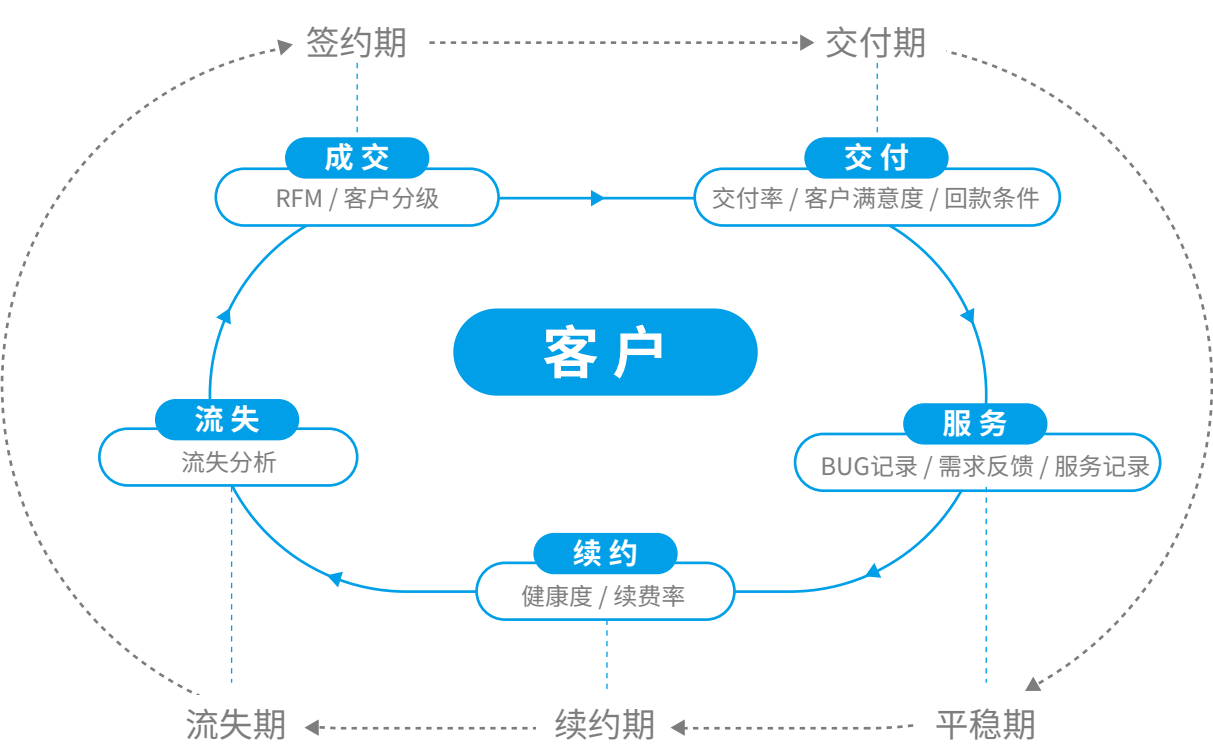
连接市场和销售, 基于B2B营销模式的线索一体化解决方案:



连接销售和财务,业财一体化解决方案:



实现跨部门的客户生命周期管理解决方案:



管理最佳实践之一：

“渠道精耕”的端到端管理闭环(直达客户)

核心挑战:渠道供应链体系执行效率的提升

某面品, 饮品厂家双业务线持续渠道精耕, 18,19年持续30%以上年增长



“人、车、机、区”四要素

全国

2

产品事业部

500+

SKU

大区



30+

地级市



500+

经销商



1800+

门店



200w+

20000+业务员(小老板)

管理最佳实践之二：

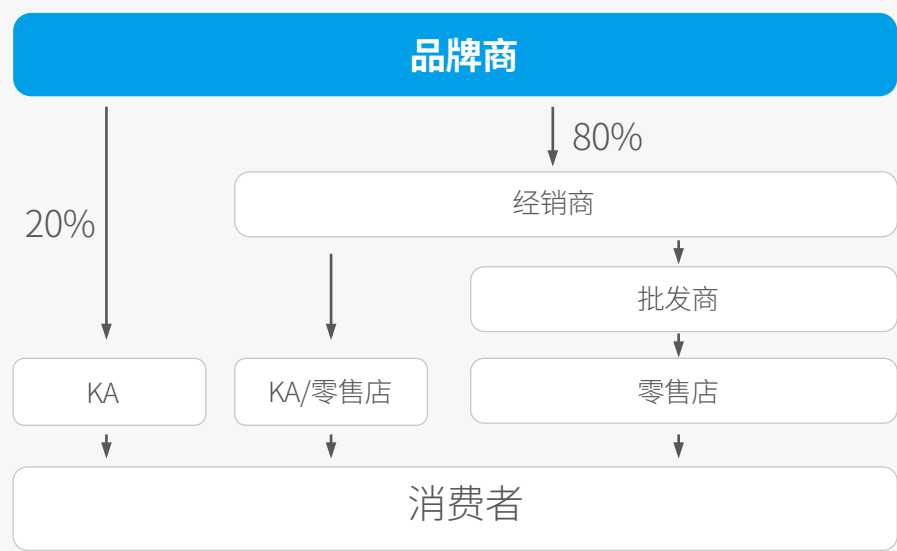
F2B2b的全通路数字化经营和洞察(互联共生)

数字化

透明化

智能化

渠道结构



- 分销网络低效,终端覆盖不充分
- 中间商库存积压,资金流转不畅
- 市场需求预测与产能规划不准确
- 对客户需求和市场竞争反应缓慢

复杂的渠道结构导致品牌商对渠道和终端的洞察力不足

实时数据洞察无处不在:垂直一体化的BI分析平台

数据采集 | 强大的数据仓库底层建设



数据源

关系型数据库

业务应用系统

数 据 仓 库



数据录入

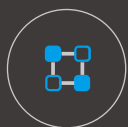
导 入

表单录入

API

其它来源

数据聚合层 | 独特的预聚合处理,统计数据查询更稳定更快



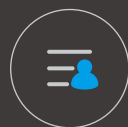
预聚合



维度



指标



自定义
聚合规则



系统提供可分析的
对象关系链路

数据分析 | 自助式统计图表配置,人人可做数据分析,灵活的下钻和查看明细操作;更细粒度的权限控制

目标多维分析

自 助 分 析

下钻

查看明细

统计

同环比

指标间计算

交叉表

定制统计图表

自定义报表

自定义统计图

多维度统计图 权限

功能权限

数据权限

数据可视化 | 强大的报表能力地图统计图,多种图表类型,灵活满足不同的分析需求



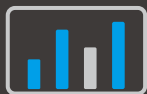
报表



描述



折线图



柱形图



饼图



组合图



漏斗图



仪表盘



统计地图



堆叠图



气泡图



雷达图



首 页

详情页布局支持统计图

数据大屏

查看与共享 | 完善的订阅管理体系良好的协作沟通

订 阅

企信订阅

邮箱订阅

协 作

转发

分享

共享

导 出

导出图片

导出报表

赋能经销商



渠道数字化



全渠道数字化运营&洞察



经销商赋能 · 开箱即用

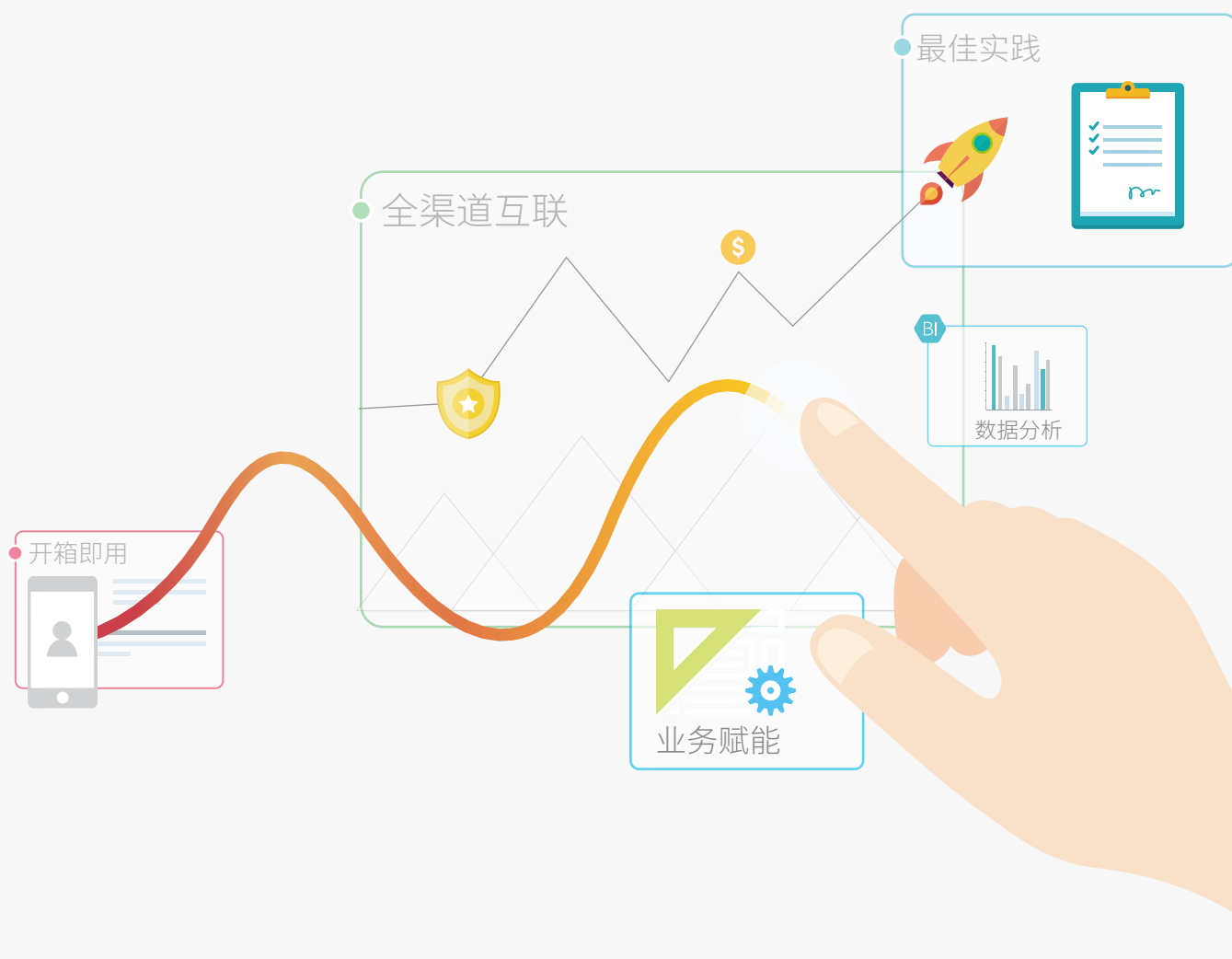


全渠道互联 · 经销商&KA



数据分析 · 行业最佳实践

渠道精耕



2020

纷享销客SaaS行业应用白皮书

Excellent Practices For Connected Crm

连接型CRM 最佳实践

Connected CRM Best Practices



互联网 | 高科行业

连接型CRM最佳实践：

纷享销客 助力 神州数码 成就完美、未来畅想

选择SaaS平台，一定要能快速上线，任何系统的CRM的上线最好在上半年内完成。另外云的架构能够让厂商快速响应。之前错误重现非常难，但通过SaaS平台，一旦出现问题，厂商便能迅速响应，在第一时间解决问题。

1 在CRM实践中不断探索

神州数码集团是年营业额突破800亿，总资产超过250亿的整合IT服务商。在云+大数据时代，神州数码秉承初心，乘势而上，正在努力向中国更优秀的云服务及数字化方案提供商迈进。其主要业务以云和分销为主，在做IT业务系统时曾面临很大的挑战。由于多种业务模式的存在，库存查询、订货、大的项目分解、产品管理等都对企业管理系统有着非常高的要求。之前，业务模块之间建立了多个CRM系统，涵盖了几乎市场上所有CRM产品。为了更为顺利的推行业务，神州数码从未停止过CRM探索的脚步。

2 多样化的软件商业形态

神州数码主要业务是为企业做“一站式”云服务，做云的连接；比如帮助国外SaaS厂商实现在中国市场的落地，客户囊括众多国际知名厂商，对于软件商业形态有着自己独到的看法。

沈暘表示，目前软件生态链中存在四种模式。

首先是定制化的方案，这种软件产品很难复制，实施成本高，交付质量很大程度上依赖于团队的素质。

第二种是商业软件，比较容易复制，通常走向大而全的方向，大产品中的小模块发展可能不如创新公司，产品的单价较高，折扣以及与合作伙伴的共享机制不够透明，商业成本和产品维护成本都很高，产品的迭代周期较长。

第三种是SaaS软件，产品通常专注于细分领域，产品简单、单价低，客户试用简单，商务成本低；另外，与其他产品通过云API的方式相连，互相采用插件的方式进行融合。发展为平台的SaaS能够为企业提供生态赋能，利益共享机制是公开的，透明化的。同时，产品维护成本低，故障容易重现，便于修复，产品的迭代速度比较快，但是所带来的费用相对可能较高。

第四则是开源软件，产品非常容易复制，多为基础架构领域，产品使用广泛，商务成本及产品维护成本也比较低。但目前此商业模式还无法最大利用开源的优势，业



务系统开源比较少。在沈暘看来，SaaS软件和开源软件的合璧是企业数字化转型的强力助推。

3 选择的关键

中国SaaS市场与美国相比，美国市场对SaaS的接受度非常高，在美国有成千上万家企业将工资和绩效放在云上，但是在中国却鲜有所闻，这与欧美的高昂的人力成本是分不开的。目前，SaaS在美国已成为一个行业标准，因为它能极大降低销售成本。但是在中国，由于人力成本尚不足够高，且在中国有相当多的同类软件可以做选择，因而中国企业选择起来不由会觉得眼花缭乱。神州数码在选择时，同样也遇到了很大难题。

众所周知，神州数码深植于IT行业，完全可以自行定制一个平台使用。但实际操作起来却没想象中那般简单。以销售为例，销售往往需要外勤，这就要求手机端APP要支持移动签到及地图服务。但如果员工出差到国外，会发现百度地图无法使用；另外由于时差

的原因，与公司的考勤规定时间又起了冲突，需要将时区和数据库相连，开发及操作成本比较高。

此外，如上述所言，之前神州数码有20个左右CRM系统，在每个系统中，各自维护客户数据。由于系统间的相互隔离，出现了一个个数据孤岛。这便是神州数码选择纷享销客连接型CRM的关键所在。“我非常认同罗总讲的一个观念，就是连接。为什么选择做SaaS？为什么选择做云？未来的系统和数据都是要做连接的，一切没有连接，一切不在线的系统就是死系统，这个系统在未来是没有价值的。”沈暘说道。

以中国移动为例，在北京、上海都设有分公司，但由于系统数据的相互隔离，要统计神州数码为中国移动做了多少客户，以及几百上千种客户数据非常难。而纷享销客连接型CRM通过数据连接服务，可取得工商局最新的数据，将内部数据和外界工商局的数据相连接。如此一来，在CRM系统中填写同一拜访客户的数据时，虽然在后台会有很多记录，但由于客户号码不变，就会将该客户的所有数据系统性地统计起来。



4 连接型CRM完美成就未来畅想

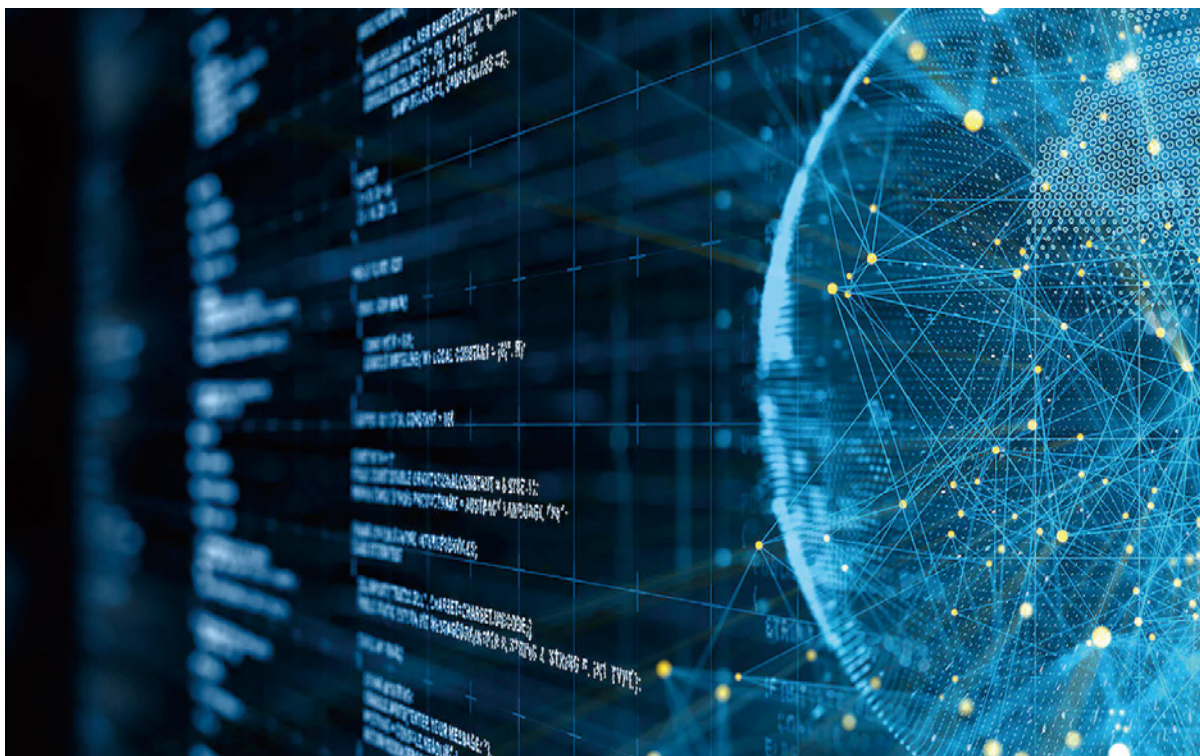
对于未来的CRM, 神州数码有着自己的畅想, 沈暘坦言。选择SaaS平台, 一定要能快速上线, 任何系统的CRM的上线最好在上半年内完成。另外云的架构能够让厂商快速响应。之前错误重现非常难, 但通过SaaS平台, 一旦出现问题, 厂商便能迅速响应, 在第一时间解决问题。同时, 神州数码希望未来的SaaS将会更安全、实现无缝连接, 同时有强大的底层引擎及混合结构, 也期待纷享销客连接型CRM平台可以跟任何平台做连接, 如阿里云、微软云等。

无独有偶, 纷享销客连接型CRM完美成就了神州数码对SaaS的畅想, 在大量的案例实践中不断总结、持续成长, 打造着以不变应万变的适合各行业应用的多样化场景解决方案。

“

我非常认同罗总讲的一个观念, 就是连接。为什么选择做SaaS? 为什么选择做云? 未来的系统和数据都是要做连接的, 一切没有连接, 一切不在线的系统就是死系统, 这个系统在未来是没有价值的。” 沈暘说道。

”



连接型CRM最佳实践：

纷享销客 助力 神策数据 人效增长30%的企服攻略

哪里有风口，哪里就有金矿。互联网下半场，风口在哪里？从BAT纷纷入局B端市场，大笔资金涌入2B企服赛道，B端毫无疑问成为了新一轮被看好的风口，也是这个流量见顶、资本遇冷的冬季最有温度的名词之一。但在这更为理性的下半场，并不是所有站在风口的猪都能轻易飞起来。表面平静实则暗流涌动的企服战场，讲的是“剩者为王”，陪跑的终是“梦里不知身是客”。拼的是企业各方面综合实力，你无法指望用情怀让企业主为你长期买单。拿的是真正的成绩说话，没有成功客户，没有盈利能力，必然会被无情地甩在赛道后面。

“神策数据”，是一家大数据分析服务公司，也是企服行业的代表性企业。作为纷享销客的深度使用客户，在接受我们的采访中，其联合创始人&COO刘耀洲说到：

刘耀洲

神策数据联合创始人&COO

“引用纷享销客，对我们来说不仅仅是一个软件的落地，而是整个销售管理的一次提升。从我们应用之后的效果来看，个体的销售在精细化运营管理之后，每个销售平均的业绩，经历我们6789业绩的旺季，我粗略的估计大概有30%以上的人效的提升。”

对于企服赛道上的选手来说，如何在这个日益火热的战场中杀出自己的风采，或许神策数据能够给到一些启示。

1 企服关键角色——“销售”

销售业绩=企业业绩

销售对于企服行业来说，是铁马金戈。企业江山的扩展，需要销售的脚步一点一点踏出来。电销、扫楼、拜访、商务，无数个动作重复累积最终汇成荣耀的一刻。要说热血和侠义，这个行业里充满着太多如武侠小说般的江湖故事。

销售和企业相辅相成

掉下悬崖而练成九阳神功的张无忌，是极少数，也是个人英雄主义。哪天他突然想着和赵敏一起归隐山林，那这个门派也就凉凉了。企业应该更像是少林寺，一群优秀的人，彼此互相学习增进，组成一个整体实力强悍、可长期生存下来的组织。而组织也可以为每个成员提供一个快速成长、实现梦想的平台。

企服行业业务画像



要充分发挥关键角色的关键作用，需要的是一套便于销售成长的完善学习体系。

【神策攻略】

1.销售新人赋能:CRM客户案例沉淀,更方便新人主动学习。

袁道

神策数据销售经理



“我是一名销售新人,第一次接触大数据还有企业服务这些概念,一开始对这些具体的名词都不了解,神策又是一个效率非常高的创业公司,每天大家都有自己的事情要忙,我也不好意思每天就去麻烦他们问一些特别详细的,但是比较入门的那些问题。后来好我在公司发现我们有用纷享销客CRM的系统,在这里面有各个销售和客户互动的详细的记录,也有特别多优秀的案例,经过一段时间的学习以后,我第一次去正式面见客户就得到了客户非常大的认可!”

2.销售过程追踪:规范销售节点动作,让销售结果更可控。

李菁菁

神策数据销售运营总监

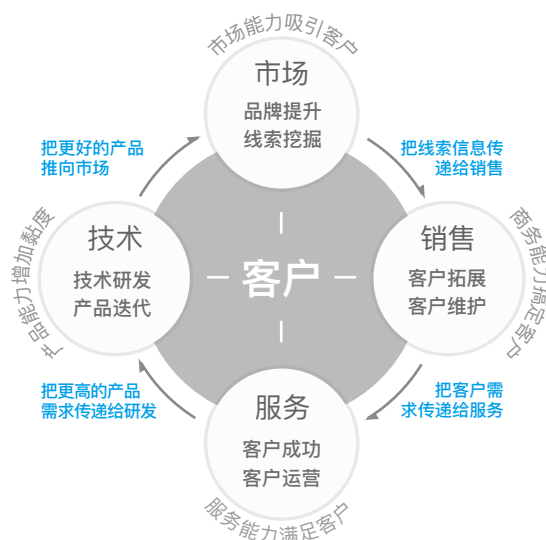


“我们是服务企业级客户的,这种企业级客户,他的销售周期是很长的,会经历很漫长的一个销售的过程,在这个周期里面我们会通过纷享销客,去很完整的跟踪、追踪他的每一个这种节点、里程碑;这样的话也帮助我们去实时的、及时地去push他的这种销售节奏。同时销售同学也可以通过这样的一个比较好的工具,帮助他们去规范他们的销售行为、动作,然后让他们结果更加的有保证。”

2 企服关键效应——短板效应

一只木桶能盛多少水,并不取决于最长的那块木板,而是取决于最短的那块木板。这叫短板效应。而企业就像是这个桶,必须每一环都足够长,才能盛起客户这桶水,只要有一环短板,就会影响到整个服务的质量。

以客户为中心的全生命周期流程



以客户为中心的全生命周期流程,每一环都如多米诺骨牌般影响着客户的使用感受,影响着企业的长期发展。要实现企业服务的品质提升,每一环也都面临着诸多问题和挑战。是否会在沟通中遇到较大的传播噪声而引起误解?过长的业务线是否会导致无法迅速响应市场?客户的每一次需求是否都能被及时满足而获得客户满意?这需要每一环的工作都高质量的完成,也需要每一环的人员都存在思考和创新的传递。

要最大化发挥每个人在团队中的作用,需要的是一套高效的协作体系。

【神策攻略】

全员协作让客户更满意:CRM+OA全员业务协作支撑,更好围绕客户业务做支持。

刘耀洲

神策数据联合创始人&COO



“你能看到就是说从获取一个线索,怎么市场标记之后,怎么能够分配给比方说电销团队,然后电销团队怎么把这个流转给销售团队,销售团队然后和售前团队怎么去做方案,然后包括售后、分析师怎么去跟客户出最终的交付实施的方案,以及交付实施之后的一些日常回访,客户成功,最后所有的这些工作都需要

在纷享销客上去完成大家的信息的同步，然后协同的一些工作。”

3 企服关键精神——“迭代”

企服战场，正在有越来越多的老牌军、巨头军、创业军参与进来，解构着旧有体系，迎着新的挑战。而企服行业，也正在不断的探索与变革中经历着它的斗转星移。对每个企业来说，必须要非常清楚的是，这个时代的客户最需要是什么？

一个企服品牌的五大关键能力



面对市场环境大变革，对于企服行业来说，产品、营销、品牌、服务、管理，都需要有疯狂的迭代精神。

基于什么迭代？数据是一个重要的依据。

市场数据、销售数据、客户数据、服务数据，组成了一个企业完整的数据流。这是一个个人兴趣爱好都被充分数据化放大利用的时代，更何况乎企业的运行发展？

基于数据反馈作用于企业管理，充分了解客户、了解我们自身，才能知己知彼百战不殆，赢得服务客户的机会。充分了解、尊重客户的感受，才能客户如恋爱般合作，在服务中实现自己的价值。

要高效且准确地实现企业各方面的迭代，需要的是即时的数据支撑。

【神策攻略】

1.商业决策支撑：运营数据及时反馈，流程优化促进公司效率提升。

李菁菁

神策数据销售运营总监



“我们通过汇总销售的一些业绩情况，包括分析客户的情况、每天的销售行为的一些数据给我们公司的高层，去用于他们的一些商业决策的依据，其实这个是一个闭环。纷享销客相当于是集合我们公司最核心的数据的一个平台。我们通过数据背后的这些发现的问题，去把它提炼出来，然后把它转化成我们新的流程和制度。”

2.更直观评估营销效果：构建企业完整数据流，实现企业业务全局式分析。

刘耀洲

神策数据联合创始人&COO



“我们将神策分析的用户行为数据集成到纷享销客CRM里面去，数据打通之后我们能够直观的或者更加直接地去做评估，最优质的一些营销推广渠道，判断有效的一些提升线索的转化率。”

当企服行业赶上风口时，他们还是坚定理性前行。因为他们的客户——企业，是理性的。

神策数据基于销售能力提升、协作流程升级、数据支撑管理迭代，实现了30%的人效提升。

可以说，是在这理性的下半场，他们所代表的精细化管理和数据化思维的一场胜利。

连接型CRM最佳实践：

纷享销客 助力 亿科

打通内外数据链, 以数据驱动价值

亿科数字科技是一家以数据驱动的, 致力于为客户提供全套营销解决方案的服务商, 为客户及广告主创造价值是亿科的驱动力来源。对于广告主而言, 自然希望以最少的推广费用达到最好的推广效果, 亿科的使命便是帮助客户实现这个目标。纷享销客携手亿科, 助力其打通内外数据链, 在亿科数字化转型的道路上涂上了浓墨重彩的一笔。

产业互联网大潮来袭，各行各业正在发生颠覆性变革，打造企业新业态、发展新模式成为诸多企业转型升级中的重要环节。纷享销客携手亿科，助力其打通内外数据链，在亿科数字化转型的道路上涂上了浓墨重彩的一笔。亿科数字科技是一家以数据驱动的，致力于为客户提供全套营销解决方案的服务商，为客户及广告主创造价值是亿科的驱动力来源。对于广告主而言，自然希望以最少的推广费用达到最好的推广效果，亿科的使命便是帮助客户实现这个目标。

1 成长中的难题

一个进入了快速成长期的企业，无论是流程的控制，还是数据的管理，都需要更系统化、更高标准的管理模式予以支撑，手工操作早已不能适应公司的业务发展，成长中的亿科也同样遇到了这种问题。尽管前期曾试用过部分CRM产品，但亿科发现那些传统的产品并不能满足自己的需求。

究其根源，在于亿科的需求与传统的客户管理系统之间存在很大差异，其关注的重点不是传统的对于客户信息及行为的管理，而是集中在后端。举个例子来讲，当客户接进来之后需要进行一些数据的处理和收集，其他产品却无法实现，亦或开发实现过程非常漫长。

“ 亿科的需求与传统的客户管理系统之间存在很大差异，其关注的重点不是传统的对于客户信息及行为的管理，而是集中在后端。 ”

2 牵手纷享销客

正在为公司业务面临的管理难题而愁眉不展的梁峰，在双方接洽过程中，他了解到，纷享销客曾服务过一家与亿科业务类似的公司——有米。纷享销客曾为有米解决的问题与亿科面临的问题吻合度颇高，经过更深层次的沟通，亿科决定携手纷享销客，双方的合作顺理成章。



3 带给客户更多安全感

由于亿科的大部分客户是需要亿科先垫付资金的,在此过程中,亿科要像银行一样去给客户授信。但不同类型、不同级别的客户所应匹配的授信额度及账期是不一样的,手动操作的话,效率低下且容易出错。

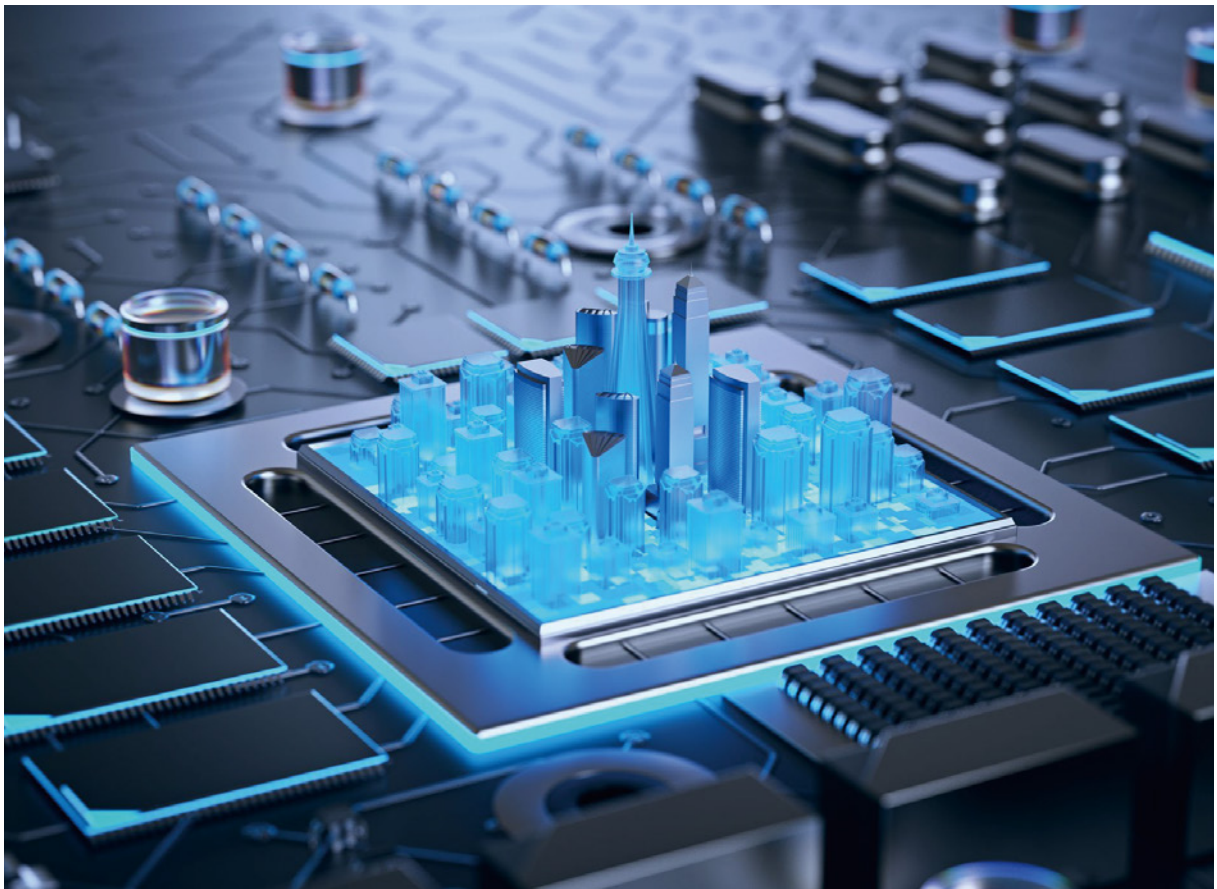
纷享销客CRM支撑用户自定义,亿科便在纷享后台搭建了“商务条款及授信流程”,作为客户准入的第一环节。只有走完了这个流程,销售才可以被允许与客户洽谈合同、签约等事宜。另外,合同洽谈过程中必然涉及到合作双方就合同条款上的一些探讨,纷享销客后台有专门的“合同审批流程”,可记录合同签订过程中的全流程数据,并进行归档。

紧接着,便进入了亿科的客户后端,即运维管理,也是他们最为重视的一个板块。亿科最大的业务板块是广告代理业务,该业务最重要的问题在于,亿科为客户垫款充值之前首先要帮客户在媒体后台开一个账户,然后从代理商的后台把相应的“媒体币”充值

到该账户。当客户广告曝光,用户点击广告所产生的扣费都要从媒体账户上面去扣除。而之前,亿科的工作人员需要登录媒体界面去手动扣除,有时候甚至晚上凌晨也要登录操作。而手工操作的弊端也显而易见,比如充值失误,往往会给公司带来不可估量的损失。

“现在我不需要了,现在纷享上面我们有一个“销售订单流程”可自动通过指令传输的形式为我们媒体账户自动充值,不需要再有人工干预。”亿科相关负责人欣然道,这为我们公司解决了一个很大问题。

业务开展过程中,有了充值和消耗,必然存在客户结算问题,客户结算的过程也是亿科应收账款产生的过程。目前,纷享销客CRM也承担了该项业务,帮助亿科进行“客户的应收账款”管理,包括客户的回款管理、剩余额度管理等等。亿科目前的应收账款6个亿左右,数额巨大。纷享销客CRM管理系统所带来的已经不止是人工成本的节约,更重要的是这为亿科带来了安全感,避免了人工操作可能带来的损失和风险。



4 纷享精神带给企业更多感动

“我记得有一次与纷享技术人员讨论到深夜，但纷享办公区域依旧灯火通明……这是让我非常感动的地方。我其实没有见过哪家公司是这个样子的。”亿科负责人不由提到。纷享销客在业内深耕8年，正如纷享销客创始人&CEO罗旭所言，“以客户为中心才是真正的核心”，只有围绕客户需求去奋斗，才能让客户多一分安心。

不论客户大小，纷享销客的服务始终一视同仁。“其实我们亿科无论从企业规模，还是与纷享销客的交易价值上来说，都不是纷享的大客户，但是从我们得到的服务反馈上来说，我认为纷享是很重视我们的。”梁锋欣慰地表示。

亿科在发展过程中，需求不断更迭，纷享销客也将持续为亿科的成长提供更多、更高、更好的服务，以满足不断提升的管理目标。未来，我们有理由相信纷享销客将帮助亿科在前行的道路上走的更稳，更好。

“

亿科目前的应收账款6个亿左右，数额巨大；纷享销客CRM管理系统所带来的已经不止是人工成本的节约，更重要的是这为亿科带来了安全感，避免了人工操作可能带来的损失和风险。

”



连接型CRM最佳实践：

纷享销客 携手 鼎甲 铸就数据安全及管理新高度

“安全大于天”，老生常谈的论调并不落伍，在产业互联网时代反而尤为重要。作为致力于数据安全和数据管理的民族企业，鼎甲在选型纷享销客时，对纷享销客的数据安全保障层面做了多重的考量。

产业互联网时代，风云变幻，群雄逐鹿。企业转型日益深化，谁把控了云服务软件这个核心抓手，谁就会在激烈的角逐中拔得头筹。纷享销客与数据安全和数据管理企业——鼎甲的成功牵手，展示了连接型CRM在企业精细化管理进程中的不俗表现。

1 千磨万击还坚劲， 硕果累累的鼎甲

鼎甲（广州鼎甲计算机科技有限公司）是一家数据安全和数据管理解决方案提供商，也是央企中国电子唯一数据保护企业。说起鼎甲的创立，充斥着满满的报国情怀。2008年5月，创始人王子骏博士回国，恰遭遇5.12汶川大地震。彼时，中国在数据保护上的手段及意识的落后深深触动了王博士，作为世界级数据容灾备份行业的顶级专家，他决心创立鼎甲科技，用自己先进的数据灾备技术产业报国。成长中，鼎甲经受住了众多行业领域大客户的技术测试考验，取得了优异成绩；同时，也得到了国内政府、军工各个行业客户的认可。千锤百炼后，鼎甲迎来了累累硕果，目前服务客户数量已逾万家，包括多个世界500强企业。

2 严谨的权衡与考量

“安全大于天”，老生常谈的论调并不落伍，在产业互联网时代反而尤为重要。作为致力于数据安全和数据管理的民族企业，鼎甲在选型纷享销客时，对纷享销客的数据安全保障层面做了多重的考量。与纷享销客的技术团队进行深入交流的同时，鼎甲的工程师也做了严谨调研。经过多方权衡，鼎甲了解到纷享销客平台系统符合国家网络数字化安全规定，规范且合规，同时对客户数据保护手段及等级水平也很高。另外，纷享销客连接型CRM系统能够与鼎甲目前使用的金蝶ERP系统完美对接，打通各独立系统间的隔离壁垒，实现数据、信息的相互连通，这正是鼎甲考量的重要层面之一。

“ 纷享销客连接型CRM系统能够与鼎甲目前使用的金蝶ERP系统完美对接，打通各独立系统间的隔离壁垒，实现数据、信息的相互连通。 ”



3 打通数据孤岛,赋能可持续发展

需求与完美解决方案的碰撞带来合作的喜悦。鼎甲内部,纷享销客连接型CRM的用户主要分为两种类型,一类是销售及管理人员,另一类是IT运维人员。不管从连接型CRM的访问速度和应用性、多屏互动以及稳定性上都得到了良好反馈;另外,基于企业的个性化需求,纷享销客连接型CRM有着强大的自定义能力,鼎甲能根据自己的业务需求自定义函数,修改Web前端的代码,实现灵活控制,“这一点我们在之前其他的SaaS平台上是很少遇到过的。”鼎甲相关负责人吕晓峰表示。

此外,各大主流厂商(金蝶、用友、甲骨文、SAP、钉钉等)的OA系统、财务系统、HR系统等IT系统都能与纷享销客连接型CRM实现无缝高效对接。而打通现有的金蝶ERP系统及自有产品授权系统的前后端,实现企业各孤立系统间的互联互通,打破信息孤岛状态,使得整个企业信息流畅有序的运转,也是鼎甲对纷享销客未来的合作期许所在。

4 未来可期

“我们希望与纷享在企业级服务方面形成一个非常紧密的合作”,吕晓峰说。我们相信,在国家信息化建设与国产化推动上,鼎甲与纷享销客将有很大的合作空间,“紧密的战略合作”未来可期。

“

纷享销客连接型CRM有着强大的自定义能力,鼎甲能根据自己的业务需求自定义函数,修改Web前端的代码,实现灵活控制,“我们希望与纷享在企业级服务方面形成一个非常紧密的合作”,吕晓峰说。

”





连接型CRM最佳实践：

纷享销客 助力 今宏 赋能渠道精耕, 制胜于终端

随着物联网、人工智能、大数据、云计算等技术的不断发展,规模巨大的中国制造业正在经历着自动化、智能化的数字化转型浪潮,工业4.0日益深化。广州今宏信息科技有限公司携手纷享销客,在工业4.0和中国智能制造前行的道路上并肩而行,强势助推先进制造业与科技的融合新发展。

今宏是一家立足于工业领域的软件技术公司，专注于为工业用户提供工业软件解决方案管理咨询及实施服务，服务涵盖客户的产品全生命周期，帮助客户应对挑战，提升产品核心竞争力。目前，除了提供自身的产品和服务外，今宏还是Simens、Altium、Mentor等国际知名软件厂商在中国直接的业务合作伙伴。目前，今宏已然成长为助推工业4.0和中国智能制造服务的主力军，为工业用户提供全球领先的解决方案。

1 十年探索，十年之约

在过去的十年里，今宏在摸爬滚打中积累了丰富的管理经验，在选择纷享销客之前其实已经对CRM系统有了不少经验和自身的理解认识。“这个时候我们其实是需要一个IT系统把我们的管理经验固化下来……”

今宏总经理孙拥国表示。经过了充分对比和选择之后，今宏决定牵手纷享销客。

谈及此，他给出了选择的几点理由：首先，当时的今宏处于快速上升期，业务发展快，需求变化大，要求CRM系统软件要易于配置、部署和实施，能够适应迅速迭代的业务流程并进行管理；恰恰纷享销客基于SaaS软件的连接型CRM平台及其服务的模式，与今宏当时的业务发展吻合度颇高。“纷享在这几个方面做的比较好”他满意地说。

另外，纷享销客始终坚持长期陪伴客户，持续跟进，不断提升客户的用户体验，这种坚持以客户为中心的团队服务理念与今宏不谋而合。“所以从当时情况来讲，我们认为，纷享销客是一个可以选择的合作伙伴。”



2 三步走,确保项目成功实施

要确保项目成功实施,光靠态度远远不够。首先要对提供服务的软件厂商以及服务团队做出严格的甄别,产品的完善度、可配置性,以及服务团队的完整性都要进行综合考量,“纷享销客在我们项目的实施过程中都做的非常好。”其次,落地实施聚焦关键业务需求,孙拥国认为“磨刀不误砍柴工”,要针对项目的关键需求进行细致、清晰的整理,做足充分的准备工作后,项目实施的精准度和颗粒度才会更加到位且有效。最后,执行力的问题,来自于公司的最高层管理者以及各个组织团队部门的管理者应该对于项目有足够的重视度,要有序地实施、组织或安排专门的岗位角色,以保障项目的最终成功实施和落地。

3 以客户为中心,不仅“说说而已”

纷享销客具备强大的可配置能力,能够不断满足今宏业务的发展和变化。通过纷享销客连接型CRM系统,可灵活自定义相应的关键字段,固化下来统一的管理流程,同时销售订单数据得以有效沉淀,从而今宏可以进行准确有效的销售预测、经营分析、BI报表数据统计等等,更加高效地实现销售目标管理。

纷享销客坚持以客户为中心的服务理念贯穿客户项目全周期始终,客户项目实施及服务完成之后,依然会持续对客户不断更迭的需求作出及时回应,并且有专门的客户成功经理与客户进行对接。“纷享销客的团队带给我们的用户体验比较好……这个理念我认为是在这个行业里面做的比较好和先进的,我们也确实受益于纷享销客这样及时到位的服务,帮助我们系统作用于我们的企业管理和业务管理。”孙拥国不由称赞道。



4 合作,一直在路上

功夫不负有心人,纷享销客团队把客户的成功作为团队的最高目标,并负责责任的履行着这个使命,可圈可点的细节处理能力,高度负责任的服务态度以及对今宏提出的每一个问题的全方位支持和及时响应能力,都让今宏一再称道。正如孙拥国所言,“未来我们跟纷享销客的合作,我想是可以一直持续下去的,我们对于纷享的服务团队评价是非常高的,体验也非常好。我们对纷享销客服务团队的信心非常足,希望这样的合作会一直保持下去,双方的合作越来越紧密,互相贡献力量。”我们期待,今宏与纷享销客的携手将创造更多的辉煌。

“

“未来我们跟纷享销客的合作,我想是可以一直持续下去的,我们对于纷享的服务团队评价是非常高的,体验也非常好。我们对纷享销客服务团队的信心非常足,希望这样的合作会一直保持下去,双方的合作越来越紧密,互相贡献力量。”

——今宏总经理孙拥国

”



连接型CRM最佳实践：

纷享销客 助力 喔趣科技 实现从线索到客户成功的全流程管理

我们需要把公司原有的相互割裂的销售系统、项目管理交付系统等整合到一个平台，形成一个完整的数据链，解决数据碎片化的问题；同时，期待这个统一平台，能够让我们整个组织结构效率提升；能够助力公司的传统营销方式转型为自动化营销。

——喔趣科技CIO 袁胜

1 赋能中国企业“让人力更简单”

袁胜表示，喔趣科技是一家技术驱动的科技创新型公司，致力于通过云计算、深度学习等前沿技术，重构人力资源管理软件，并提供智能制造、智敏零售以及智慧餐厅等行业解决方案，为大中型企业实现人力资源预测、调度、管理、优化全过程的信息化、数字化、智能化，通过企业业务与人的连接，切实提高企业运营人效。

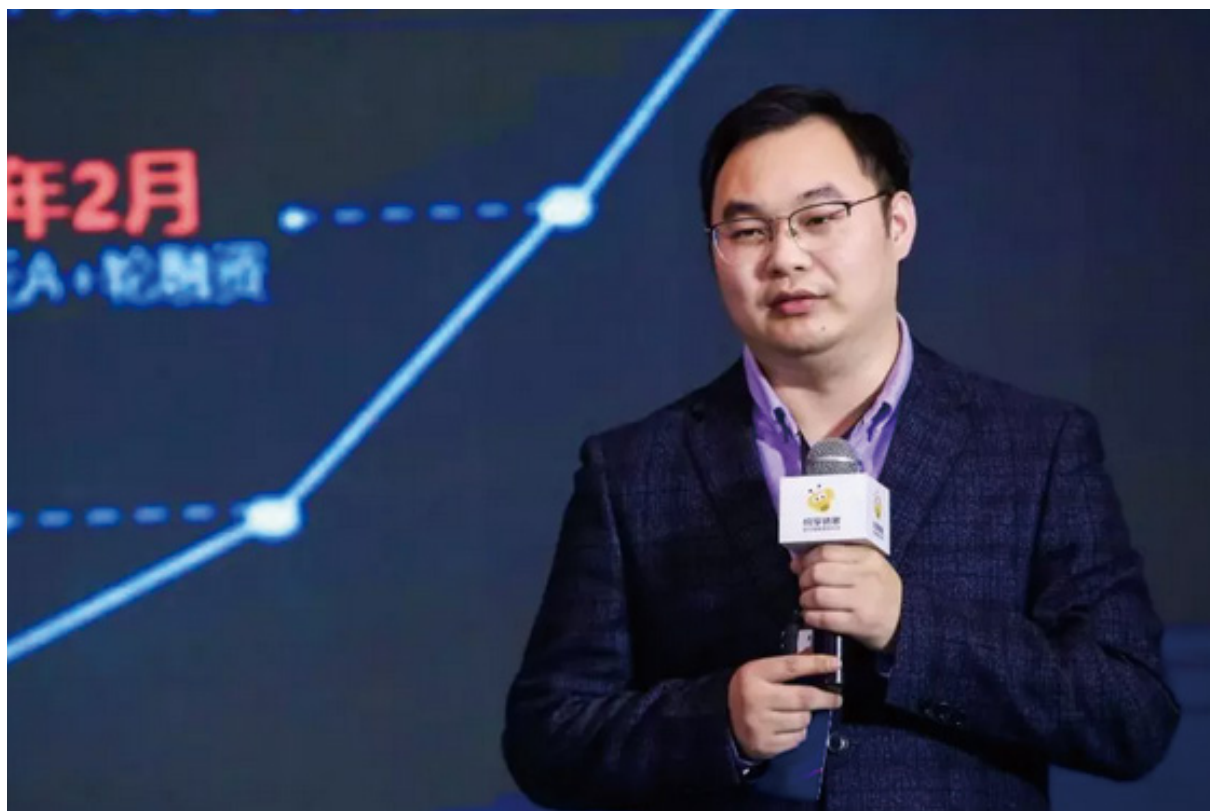
自2015年成立以来，喔趣科技已先后获得包括启明创投、DCM、光速中国等顶级投资机构联袂注资，15个月融资超过3亿元。

喔趣科技CIO袁胜介绍，目前，有超过12万家企业和超过400万的企业员工在使用喔趣科技的产品服务，主要分布在零售连锁、生产制造、现代服务业、餐饮行业、国企事业单位等多个行业，典型客户主要包括中共中央党校、中国银行、博世、家乐福、国药、华润万家、蒙牛、Today便利店、福耀玻璃、闻泰科技、外婆家、丰收日、面包新语等行业知名客户。

“

对于公司CRM产品应用矩阵的设计，袁胜表示，这个产品必须能够实现L2C从线索到现金的全流程管理，同时也具备L2C从线索到客户成功的全流程管理。

”



2 组织、产品、业态高速发展，亟需提升平台能力

谈到喔趣科技建设CRM的过程，袁胜表示：“喔趣科技正在经历高速发展，公司的内部组织、产品服务以及业态正在持续丰富。因此，我们需要把公司原有的相互割裂的销售系统、项目管理交付系统等整合到一个平台，形成一个完整的数据链，解决数据碎片化的问题；同时，期待这个统一平台，能够让我们整个组织结构效率提升；能够助力公司的传统营销方式转型为自动化营销；另外，为了实现公司以客户为中心的战略思想得以实现，这个平台的建设也必须是以客户为中心的价值体系。”

对于公司CRM产品应用矩阵的设计，袁胜表示，这个产品必须能够实现L2C从线索到现金的全流程管理，同时也具备L2C从线索到客户成功的全流程管理。

并且，平台建设分为三大版块，即销售管理、销售运营、交付成功。其中，销售管理要具备线索管理、客户管理、商机管理；销售运营要具备报价管理、合同订单管理、开票收入；交付成功需要具备项目管理及客户成功管理；另外该CRM平台还需要完备的外勤管理、报销管理、权限管理等功能。

3 连接型CRM六大能力

谈到与纷享销客的合作，袁胜表示，喔趣科技对CRM的设计，要供应商具备很强的能力，在多方选型后，喔趣科技最终选择了纷享销客连接型CRM，主要看重了纷享销客以下六种能力。

第一，标准能力，丰富的标准功能，可以使组合定制更简单，使界面更亲和。

第二，定制能力，这里的定制能力不是指代码的传统形式，而是能否满足喔趣科技快速调整业务的交付要求，包括产品的性能要高效。

第三，集成能力，与第三方系统对接兼容的能力。

第四，报表能力，拥有样式丰富、取值准确地报表供喔趣科技进行选择。

第五，落地能力，在平台实施、交付上非常准确、放心。

第六，亲和能力，纷享销客的CRM拥有非常亲和的操作体验，让喔趣科技的员工使用起来更加快速便捷。

袁胜还特别提到了纷享销客CRM的高级外勤功能，该功能也是一个标准功能，通过一个界面实现了丰富的人员外勤管理，移动端举手可得。

未来，袁胜也表示，目前正在完成喔趣科技产品、ERP以及研发系统与纷享销客CRM的对接，也期待双方有更深入的合作。





连接型CRM最佳实践：

纷享销客 助力 中商网络 小标签 大世界 为商品赋予无限数据价值

上海中商网络股份有限公司于2000年初成立，作为北京华联集团的控股子公司，以“为商品赋予无限数据价值”为企业使命，十数年来始终致力于通过技术、数据、运营、咨询四大版块，为客户提供品牌保护、渠道管控、营销全价值链产品及服务。作为产品数字化全价值链供应商，CCN全面高效地遏制仿冒产品流通，保护、提升客户利益与品牌价值，构筑社会信任与安全。

本期受访者：CCN中商总经理——王玉红 售后服务负责人——邓彬
文字整理：纷享销客华南大区 莫莫

1 从防伪说起

从我国呈现防伪这个概念起，如今市场上的防伪产品从技术特征和功能进化角度划分，大致可以分为五代产品：

第一代产品▶

以激光标签为代表的产品。消费者也没有辨认标签真假的能力，标签也易于伪造，在缺乏可对比性的情况下，60%的伪造品与100%真品难以确认；其次是温变标签，消费者虽然易于识别但也易于伪造。同时演变的还有核径迹防伪等等。

第二代产品▶

查询式数码防伪标签。消费者可以通过电话、短信、互联网查询数码标签的真伪，但由于防伪数码只是印刷在纸张表面，因此其本身很容易被伪造。

第三代产品▶

纹理防伪标签。纹理防伪是以包装材料本身固有的斑纹记号为防伪识别标记的一种防伪技术。消费者可通过互联网、传真、电话查询档案、辨别真伪。随机原理上提高了伪造难度。

第四代产品▶

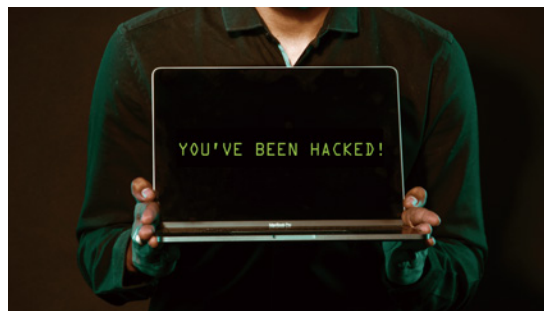
安全线防伪纸技术及其应用产品。包括各类产品防伪说明书及合格证、防伪瓶贴、防伪标签等。消费者可以通过辨认安全线是否嵌埋在纸张中间来轻松实现真伪识别。这类防伪技术产品的仿制门槛极高，无法用印刷的方法实现伪造，真正做到了“易于识别、难于伪造”。因此，是目前和未来相当长的时期内最为有效的防伪技术产品。

第五代产品▶

无线防伪技术—手机互联网防伪技术。通过在产品、包装等附上手机自动标识的防伪标签，消费者即可以使用手机自动扫描进行真伪鉴别，与纹理防伪、安全线防伪结合后，将会使消费者真正放心、舒心购物。



伴随互联网和智能手机的出现，第五代技术虽然降低了消费者的查询难度、辨识难度。但同时互联网的管理混乱，各种木马病毒漏洞包括黑客的攻击，数据库一旦造成外流，将造成无可弥补的巨额经济损失和对品牌的巨大影响。



2 瞄准市场

CCN中商基于“一物一码”，针对企业提出的诉求，提出可供实施的最佳解决方案。从一枚小小的标签开始，赋予更多的技术内涵，从防伪、溯源到数字化解决方案提供商。二十年来始终致力于通过技术、数据、运营、咨询四大版块，为客户提供品牌保护、渠道管控、营销全价值链产品及服务。作为产品数字化全价值链供应商，CCN全面高效地遏制仿冒产品流通，保护、提升客户利益与品牌价值，构筑社会信任与安全。如今，来自46家世界五

百强企业及20多个领域的1200多家企业已成为CCN产品数字化全价值链中的重要一环。

“一物一码”营销具有广阔的市场前景，对品牌企业而言是一个极佳的营销工具。在网络科技如此发达的今天，“一物一码”营销将会迅速得到推广和普及，对品牌用户来说，先吃螃蟹的人才能吃到好螃蟹，而追随者占领市场则要比先行者付出更大的成本。

为商品赋予无限数据价值

A SYSTEM FOR RELIABILITY AND ADDED VALUE OF WORLDWIDE PRODUCTS

包含46家世界500强
全球超1200家企业用户
由我们进行品牌保护



更多国际品牌选择 >>>
只因持续保持技术领先

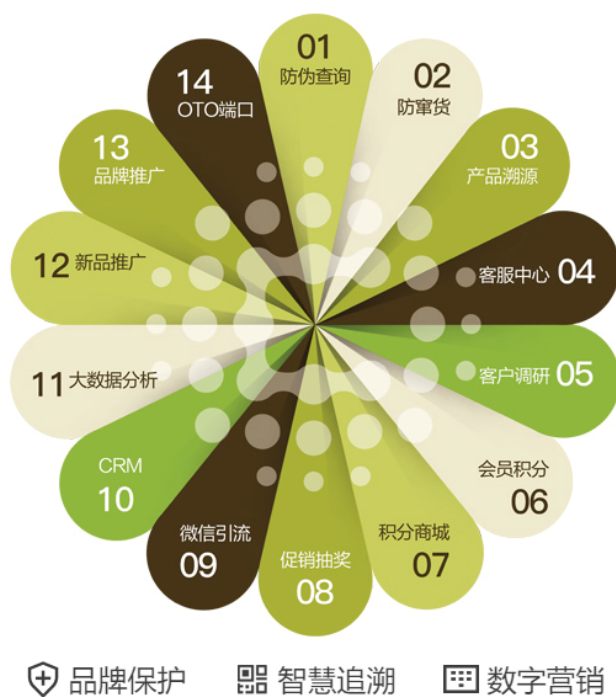
3 标签的背后

标签就是产品的身份证，但它的产生只是一个开始。只有把高效的防伪技术和严密的防伪体系应用在标签上，才能正在起作用。防止销量遭受侵袭，保护消费者利益。

技术的发展使得产品仿冒显现越来越严重，如果企业缺乏有效的防伪追溯体系，产品一旦被仿冒，消费者容易对品牌失去信心品牌美誉度和忠诚度下

降，对企业进一步的营销推广也会造成影响，品牌和市场都面临无序和低效问题。

除了蕴含领先的科技之外，产品还要通过不同的环境试验才能具备极端的适应能力，更稳定有效的防止仿冒。完成后的防伪标签，消费者可以通过视觉、触觉、听觉等手段轻松鉴别真伪。技术固然重要，但更重要的是防伪运营。通过大数据分析，CCN严密监测每一个环节，保证系统高效紧密运作，从而更加有效的遏制仿品流通，保护品牌形象，也保护了企业信息的安全，促进市场有序发展。



根据企业需求，通过量身定制各类解决方案，使生产、渠道、终端。全流程空前高效，实现产品数字化管理

4 二十年积累 一步一个脚印

早在2001年，中商就受到了国际知名润滑油的巨头的关注，他们给予了极大的信任，过程中我们的团队也付出了极大的努力，到今天，我们依旧是很好的合作伙伴。随着接触的客户逐渐增加，我们也渐渐意识到，必须从内部的组织架构开始调整优化，才可能更高效的为客户服务。因此，中商陆续成了供应链部门，用于管理上游的供应商，保证原料的

稳定性，而这种稳定性是穿于为客户提供的技术及合品质服务上的。其次，还有客服中心，作为一家链接上下游的企业来说，一方面中商为客户提供及时、有效的解决方案，另一方面，也为面向消费者的客户提供防伪查询等服务。客服中心的优化和调整，大幅度的提升了客户的体验，也获得了客户的好评。除此之外，大约在2016年-2017年间，伴随

现有业务的成熟，也为了更好的满足客户需求，成立了数字营销部。也许大家会好奇，数字营销不是一般都采用外包形式吗？然而，对于中商来说，它不仅仅是一个提供数字营销解决方案的存在，也是一物一码的延伸段。赋码、采集、单品管理、建立追溯，其实每一个环节都是信息化管理的枢纽。不敢说我们就是信息化集成商，但中商研究数据，依

托数据，也深知客户需要数据，这些环节中，就是一个庞大的万物互联关系。今天，中商不仅仅可以用数字营销解决方案为客户服务，还有高于普通区块链技术的元码链等，都是我们技术团队日以继夜深耕出来的高品质技术体系，只为给予客户绝佳的体验。

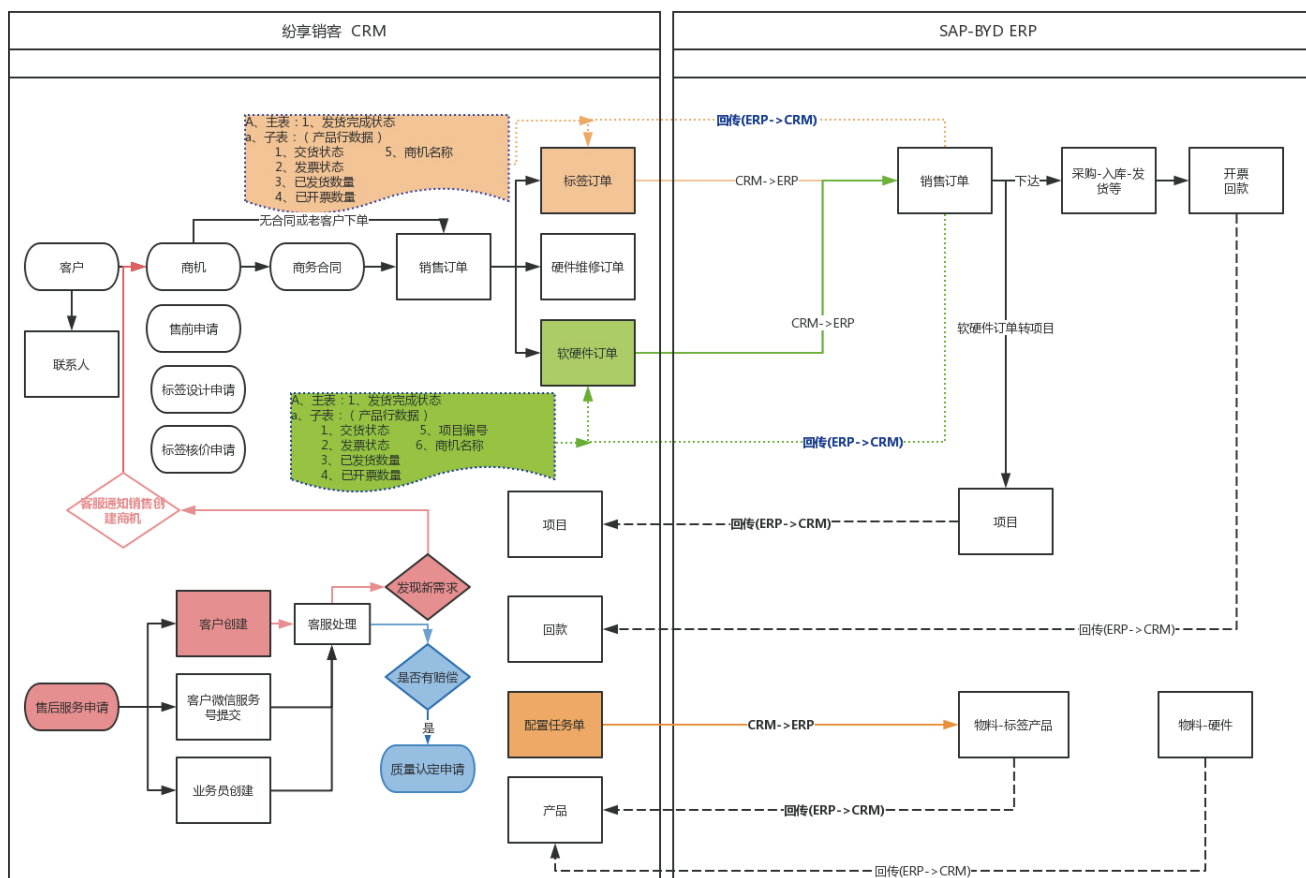


5 CRM助力客户体验提升

决定企业发展的除了产品之外，就是客户体验。对于中商来说，客户需求始终是排在第一位的。不断从技术、产品、人才培养等多维度进行提升和优化。随着客户的不断发展，需求也不断增加，中商在不断为客户解决问题的过程中，也获得了迅速的成长和新生。渐渐的，与客户形成了密不可分的伙伴关系，也很荣幸可以陪伴客户一起发展与成长。

CRM是企业信息化建设中的重要组成部分，助力企业实现业务数字化，从而实现数字化转型。通过对用户信息资源的整合，在全公司内部达到资源共享，从而为客户提供更快速周到的优质服务，吸引和保持更多的客户通过对业务流程的重新设计，更有效地管理客户关系，降低企业成本。因此是企业提升管理和运营效率必不可少的信息化工具。

中商选用纷享销客CRM产品的初衷是为了提升企业运营效率，对销售进行数字化管理。如客户信息管理、销售流程管理，销售数据报表，销售员工作动态管理，项目审批流程的优化等等。



6 一物一码仅仅是开始

2019年经济形式并不乐观。但事实上，深入到不同行业中去观察，你会发现，每个行业对于经济变化的反应是不一样的。因为不同行业的发展路径，为客户提供的产品服务都有极大区别。大家都在说新零售，重点习惯性放在新这个字上，却忽略了，零售的本质是卖货，只是如今卖货的策略调整为人一货一场，根本上是受制于新技术、互联网等这些的影响。因此，对于中商来说，立足于客户需求，不

断创新和研发，一方面提升内部产能，一面持不断地优化产品结构，提升综合服务和产品竞争力，是我们一直坚持的发展方向。此外，我们也在探索基于一物一码大中台的建立，希望在未来可以形成众多服务商围绕此的合作。

连接型CRM最佳实践：

纷享销客 助力 群立集团 深入实践先进管理新模式， 实现业务快速增长

在纷享销客连接型CRM的助力下，群立集团从一个入口解决了企业的大多数管理问题，实现了CRM+ERP的科学管理模式，员工满意度大幅提升。其中，技术服务满意度提升了26%。

群立集团是ICT(信息与通信技术)行业的典型代表企业,成立于1996年,是一家以信息技术服务为核心,以房地产、投资为新起点,多元化发展的集团公司。公司已经从产品提供者转变为系统集成服务、整体解决方案的提供者,目前已逐步成长为集IT软硬件产品销售、系统集成、视频会议、软件研发、软件销售、IT服务等六大类业务的高科技企业。

1 新IT时代已经到来

关于ICT行业,目前已进入发展的第三个阶段——智能化,5G、工业互联网、人工智能、区块链等成为ICT行业的发展趋势,ICT系统将成为生产系统的核心。

据有关数据显示,目前ICT制造业占工业总收入的8%,引领了技术产业整体创新发展。另据IDC调查显示,2020年全球ICT市场年度支出将达6万亿美元,市场发展前景广阔。产业互联网大潮来袭,给ICT企业

带来了前无绝有的行业大好机遇,同时也将带给企业种种挑战。

2 面临多重挑战

就目前来看,ICT行业技术和产品更新迭代速度突飞猛进;成熟产品市场竞争激烈,新产品研发投入成本越来越高。从销售侧来看,销售区域广,人员分散,销售人员大量的出差拜访活动产生了高昂的差旅成本。对于厂商来说,通常有大客户、渠道商、集成商等多种客户类型,业务形态复杂;渠道商对现货、毛利、账期、付款方式、是否承兑汇票等非常敏感。

另外,纵然客户画像非常清晰,但往往应对客户的方式不明确,且ICT行业普遍存在人员流动率高,人员流失后信息无法沉淀,老员工操作不标准、新人上手难等问题,产品质量、安装交付以及培训工作任务繁重,企业售后服务工作量大。



3 蕴藏着巨大的行业机遇

即便如此, ICT行业也同样蕴藏着巨大的行业机遇。首先多数ICT产品的市场一直呈攀升趋势, 尤其是新型产品, 得到市场的高度认可, 市场增长空间很大。很多细分市场成熟度低, 价格不透明, 存在高利润空间; 中小型渠道企业“入门”很容易, 甚至代理某种产品后即可开展业务。对于部分ICT产品来讲, 更换成本高, 客户存在一定粘性。

另外, 近年来中国企业从意识层面上不断提高, 越来越多的企业开始使用新的ICT产品以提升企业经营效率。中国国内信息安全意识、自主知识产权意识日益增强, 这对于国内自主知识产权的产品是一个很大的利好。同时, 国家出台大量的帮扶和优惠政策, 加大了对ICT行业的扶持力度。

4 选型纷享销客, 深入实践CRM+ERP先进管理模式

机遇与挑战并存的大环境下, 群立集团与纷享销客的牵手, 深入实践了CRM+ERP的先进管理模式, 集团业务得以快速增长。

据了解, 群立集团与纷享销客的合作循序渐进, 开展势头良好。群立集团初次为销售团队配备了100个专业版CRM账号, 使用效果良好, 接着又为技术团队增购了100个, 并升级为旗舰版, 2019年又加购了近百个旗舰版账号。经统计, 公司内部技术服务满意度提升了26%。纷享销客连接型CRM主要从销售、技术、BI、协同办公四大应用版块为群立集团赋能。

赋能销售, 解决销售管理痛点

首先是销售版块。群立集团业务开展广泛, 销售覆盖区域广, 人员、办公地点相对分散, 企业沟通成本巨大。通过纷享销客连接型CRM中的IM、客户管理、联系人管理、外勤、周报功能, 可有效帮助群立集团解决销售管理中的痛点, 比如销售人员每天早上拜访客户时需要签到, 并描述本次拜访事项及拜访情况, 每周进行周工作汇报, 并将客户和联系人及时同步到系统中, 做好客户信息统计。

群立集团的客户主要包括直销大客户和下级渠道商两种类型, 手中握有大渠道商资源的项目型销售, 躺赚; 但很多销售却苦于没有订单。在纷享销客系统中, 通过对客户画像和数量的精准分析, 能够精确了解销售人员现有客户分布情况, 并根据不同销售员工的属性和不同的线索属性, 合理调配公司资源, 如地域、能力、行业等, 设置每个人不同的保有量上限, 合理地调配公司资源, 实现资源的优化配置, 提高资源利用率。

在项目管理上, 从依靠人员手工填写和整理的Excel管理, 转变为具有阶段流程和漏斗的商机项目管理, 通过设置合理的项目阶段和把控节点, 引导管理层通过商机来管理下属在跟项目。

“通过对客户画像和数量的精准分析, 能够精确了解销售人员现有客户分布情况, 并根据不同销售员工的属性和不同的线索属性, 合理调配公司资源。”



此外,由于渠道分销型产品毛利很低,渠道商对企业账期、付款方式、是否承兑汇票等非常敏感,大量的电话沟通中往往涉及很多重要商业信息,但却无法系统性地保存下来。

而现在销售订单可以直接在CRM系统中进行审批,并根据业务审批需求设置了个性化的业务流程,帮助群立集团根据不同的业务情况进行差异化的流程审批,同时还设置了基于角色权限的数据可视范围,可以为特定的人或团队设置查看权限。

优化技术管理流程,提升工作效率

其次是技术版块。与销售版块一样,首先通过IM解决了信息及时同步与沟通的问题,另外销售与技术人员在项目对接过程中通常会出现信息“错位”的问题,比如销售人员往往会对客户过度承诺,而技术人员对项目前期情况所知甚少,理解客户需求时常有障碍。

在CRM系统中,可以建立商机下的项目交接单,通过标准单据进行项目的交接和流转,技术人员可以通过交接单报表了解项目当前的实际状况。

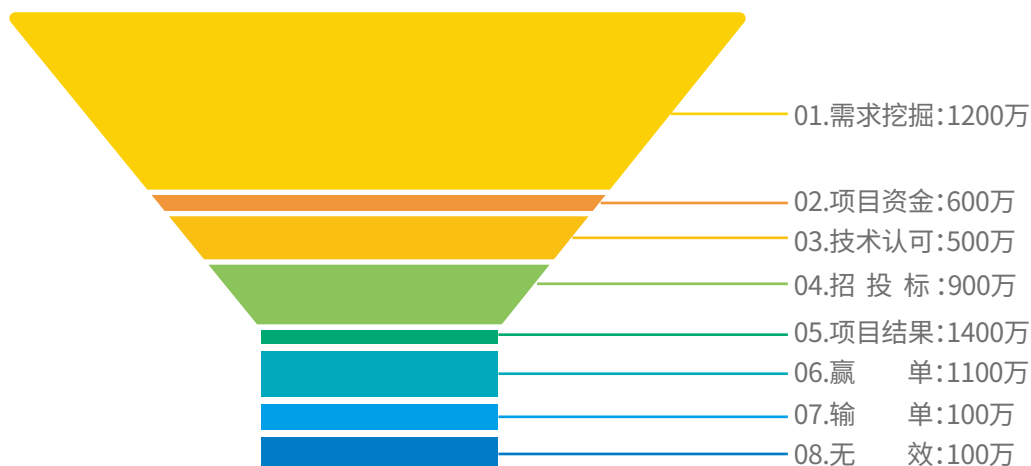
技术人员的工作类型是多样化的,在系统中可对技术人员工作类型进行细化梳理,针对不同的自定义对象,定义不同的人员工作类型,帮助管理层了解各工作类型的作业发生数量和完成情况。

根据业务需要,群立经常会有大量的客户测试样机,样机管理起来非常困难,经常存在样机不知道被谁借走了、是否转借给别人、归还时间遗忘、样机是否损坏无法追踪等种种问题。

群立在纷享销客CRM系统中建立了标准化的样机管理流程体系,科学规范借样机、转借样机、归还时间等动作,帮助集团各办事处助理更好地做好样机管理工作。另外,还将群立原有的MIS功能无缝转移至纷享销客系统中,并增设了手机移动端处理功能,大大提高了人员工作效率。

强大的BI能力,更直观呈现业务数据

其三,BI版块。过去,商机只能通过人工统计Excel表格进行管理,各地销售助理在月底进行统一汇总、上报至总部,再由总部销售主管进行合并、更新,工作量大且信息收集相对滞后。



现在,CRM系统中建立了商机阶段图和销售漏斗,柱状图、漏斗图等多样化的可视化图形、图表,能够更为清晰、直观地分析、展示出各个项目要素的指标及状态;管理层也可通过手机端、PC端随时随地查看,了解销售行为、订单、开票等多种经营数据,及时掌握项目进展情况,审时度势调整项目方向,提升项目的综合管理能力。

另外,对于企业而言,销售订单信息是公司的核心数据,及时了解订单进展是做好销售管理的基本职责。在系统中,通过对销售订单各个字段的统计和分析,公司各级管理人员便可随时了解到企业销售合同的进展与变化、审批情况等信息,避免了过去人工表格导出、手动调整格式的低效率操作。同时,企业的开票信息、储备客户数量及商机数量、人员的行为管理等内容都可以通过管理报表直观、实时地呈现。

协同办公体系助力搭建新型工作模式

其四,协同办公版块。为满足群立集团复杂的销售订单流程审批需求,纷享销客对其原有的MIS中的审批流程进行条理化、系统化梳理,后经过不断升级,最终确定了个性化、科学化的销售订单流程;同时,将企业协同办公

流程设置在纷享销客CRM系统中,使其移动化、便捷化,大幅提高了人员办公效率。

群立集团业务种类多,员工众多,为满足业务开展需求,通常需要通过系统性培训以提高员工的专业技能和职业水平,在实际应用中,大量使用了培训助手功能,为新入职员工规划、建立了系统化的职业成长体系,并将很多有价值的培训课程沉淀在系统中,以备后续的查看或复用。另外,协同版块的考勤、通讯录、网盘等功能为群立提供了企业日常必备工具,帮助员工搭建了新的工作模式。

在纷享销客连接型CRM的助力下,群立集团从一个入口解决了企业的大多数管理问题,实现了CRM+ERP的科学管理模式,员工满意度大幅提升。其中,技术服务满意度提升了26%。企业管理者获取的项目进度及相关信息,从原来的月统计、周统计变为可随时查看,并可通过商机漏斗精细化管理项目。同时,销售订单流程能够完全在系统上实现流转,大大提高了销售人员、商务人员的工作效率;技术人员技术问题处理效率也得以有效提升。由此,我们相信,双方的合作将会为ICT行业的发展带来新的生机与活力。



2020

纷享销客SaaS CRM行业应用白皮书



Excellent Practices For Connected CRM

关于 纷享销客

About Fxiaoke



纷享销客

纷享销客

纷享销客是一款自主研发的移动销售管理SaaS应用，产品以“连接型CRM”为独特价值定位，助力企业构建组织内部的高效协作网络，重塑移动互联时代全新的客户关系、伙伴关系，实现效率提升和业绩增长。

纷享销客以移动CRM为核心，实现销售全流程与客户全生命周期的自动化、数字化管理；

以PaaS平台/开放平台为能力支撑：满足企业业务对象、流程、权限等的定制化配置以及与内部IT系统的对接需求。

移动CRM

CRM+协同

CRM+互联方案

CRM+微信

纷享销客CRM产品理念

场景

SCENARIO

精细化的业务场景管理

数据

BIZ INTELLIGENCE

无处不在的数据洞察

连接

CONNECTION

连接就是好的业务赋能

行业

INDUSTRY

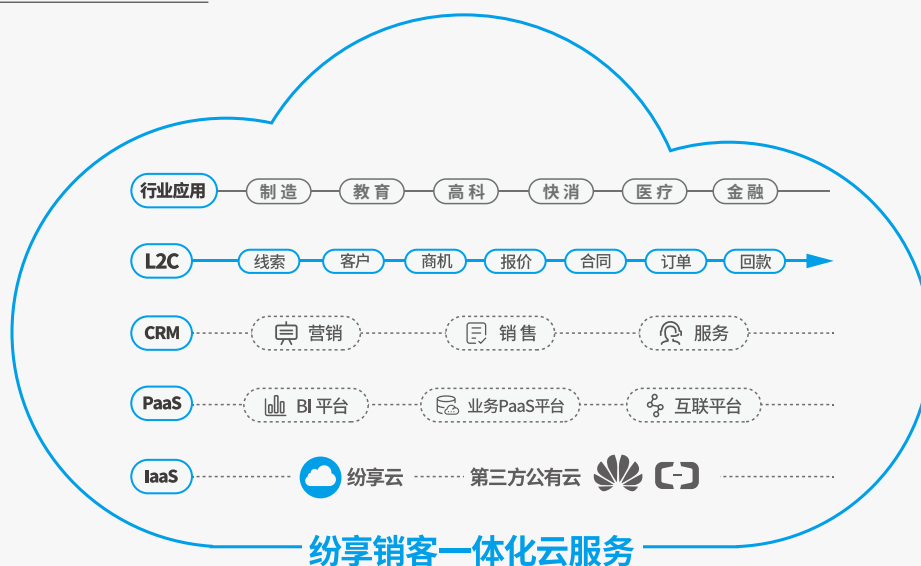
懂行业的才是好CRM

客制

CUSTOMIZATION

高效低成本的业务定制

纷享销客CRM产品架构



精细化客户运营, 促进直营&渠道一体化增长



以伙伴互联+代理通连接代理商
打通代理商赋能通路



以精细化的SFA驱动厂商
直营体系效率提升



以轻量级CRM (代理商版) 帮助
代理商提升运营能力

互联应用



PaaS 支撑个性化业务

2000 人全国营销服务体系行业唯一



北京、深圳两个研发中心；

北京、上海、广州、深圳、杭州等城市5家分公司；

南京、武汉、成都、郑州、济南等50余个城市建立营销服务中心；

遍布全国的销售、实施、CSM团队为企业提供优质可落地的解决方案。

300 多人的研发团队

以北京研发中心、深圳研发中心为主的核心团队

管理团队来自甲骨文、腾讯、百度、华为、三星等一线企业，

研发团队 **50%** 以上来自BAT等一线互联网企业，

超过 **20%** 曾服务过苹果、微软、甲骨文、IBM、DELL等全球知名IT企业。

2019 - 技术领袖盛典-数字化优秀实践案例奖
 - 技术卓越奖评选大会-最佳创新产品奖
 - 中国好软件风云盛典-产品创新奖
 - 入选中国云生态五百强-SaaS服务商
 - 创新成果交易会-最具投资价值科技成果奖

2018 - 企业服务产业独角兽
 - 爱分析·中国云计算创新企业50强

2017 - 中国CRM年度厂商
 - 移动互联网最具行业领导力奖
 - 最佳企业服务创新奖

2016 - 中国移动CRM最具影响力奖
 - ESIC企业服务创新大会最具知名度服务商

2015 - 德勤 - 华兴明日之星 / 年度中国互联网 + 创新奖——最佳服务商

2014 - 年度移动CRM金牛奖

2013 - 年度蝉联创业邦创新成长企业100强

2012 - 年度APEC中小企业峰会年度移动应用产品奖



服务, 以客户成功定义成功

纷享销客倾力打造“心·享成”服务品牌,
用心服务、共享成长, 帮助企业获得价值实现



安全, 是我们的生命线

5星级三网机房	企业级加密	异地容灾 安全监管	中华人民共和国 公安部监制	ISO 27001 信息安全认证
世界顶级的安保、 运维环境, 稳定性 能保障	采用GlobalSign颁 发的企业级SSL证 书对传输信息进行 加密	异地容灾、合同约 定及我们自身的安 全监管制度	公安部信息系统安 全等级保护三级定 级, 具备等级保护定 义的安全保护能力	获得国际信息安全 管理体系认证

60万+客户的共同选择



快消行业 | 农牧行业 | 医疗医药 | 家居建材 | 机械制造 | 互联网 | 信息技术 | 应用软件 | 教育行业 | 综合行业

连接企业一切，连接一切企业

以客户 (CRM) 为中心 / 企业一站式全业务协作和运营管理平台
让组织更简单、更高效、更智慧





开放平台能力 + PaaS平台能力

连接型CRM 赋能企业数字化未来



扫码关注公众号



扫码了解我们

----- 北京总部：北京市海淀区知春路甲63号卫星大厦7层 -----

上海分公司／上海市长宁区春秋国际大厦701

杭州分公司／杭州市江干区东站长子国际大厦B座305

广州分公司／广州市天河区体育东路108号（创展中心）西座 1802单元

深圳分公司／深圳市南山区高新园华润城大冲国际中心2202
