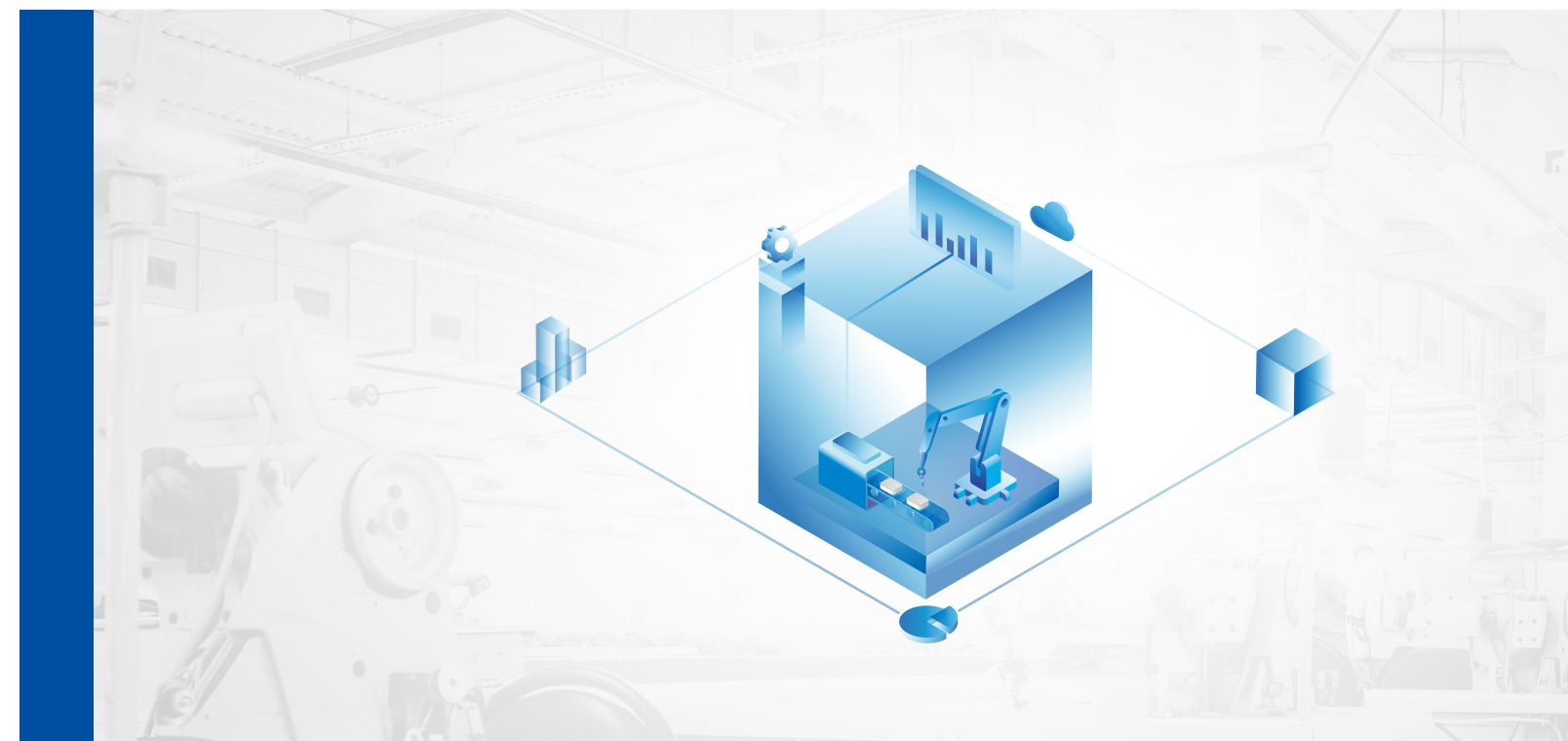


连接型CRM 赋能企业数字化未来



2020

制造行业

连接型CRM优秀实践案例

Excellent Practices For Connected CRM



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

纷享销客SaaS CRM行业应用白皮书





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

目录 DIRECTORY

纷享销客SaaS行业应用白皮书

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
管理实践 数据洞察 渠道精耕	10-15

02 最佳实践

纷享销客 助力 帝迈生物 构建持续性增长运营体系	16-19
纷享销客 助力 沃得农机 构筑智能化、信息化之路	20-25
纷享销客 助力 腾达 实现数字化全渠道增长	26-29
纷享销客 助力 特变电工 数字化升级	30-33
纷享销客 助力 步科 构建智慧化工厂，实现数字化创新升级	34-39
纷享销客 助力 必达智能门锁 实现业绩超过100%增长	40-43

纷享销客 助力 双环传动 成就制造业转型典范	44-47
纷享销客 助力 万马集团 振翅高飞 搏击长空	48-49
纷享销客 助力 声博士 成就市场传奇	50-53
纷享销客 助力 东方一哥 打造绿色可持续发展精细化工企业	54-57
纷享销客 助力 中华制漆 实现企业精细化运营	58-61

03 关于纷享销客

企业介绍 产品理念 产品架构	62-63
服务体系 研发团队 所获荣誉	64-65
客户成功 安全保障 60万+共同选择	66-67

2020

纷享销客SaaS CRM行业应用白皮书

Excellent Practices For Connected CRM

01

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、物权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2千亿美元的市场，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。

7 扑朔迷离中的生机：中国CRM的爆发指日可待

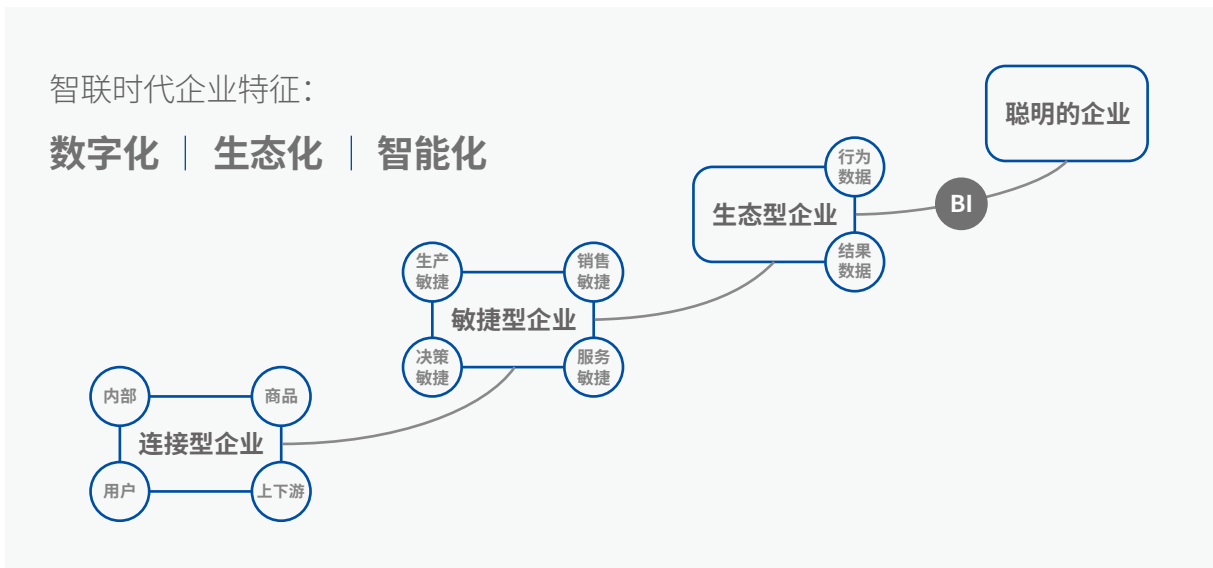
中国的CRM已经走过了近20年的时间，但时至当下，非但没有长出参天大树，却进入了一个扑朔迷离的状态。究其原因，是由于C2C(Copy to China)模式红利的消退。纵然国外企业比中国本土企业涉足CRM领域早了近5、6年的时间，但这并不意味着国外CRM巨头的进入会给中国的CRM厂商带来颠覆性的冲击和改变。在To C领域，很多国内企业会将国外成熟的商业模式拷贝到中国，从而获得大概率的成功，比如Google之于百度、Yahoo之于新浪。但当TO B的企业与中国市场结合的时候，都要根据本土的政治和经济环境作出

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。”

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

“

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。

”

统里录入, 纷享销客连接型CRM是把整个线索无缝的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, 最终能够快速的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, 在高科技领域、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Oder 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模式, 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

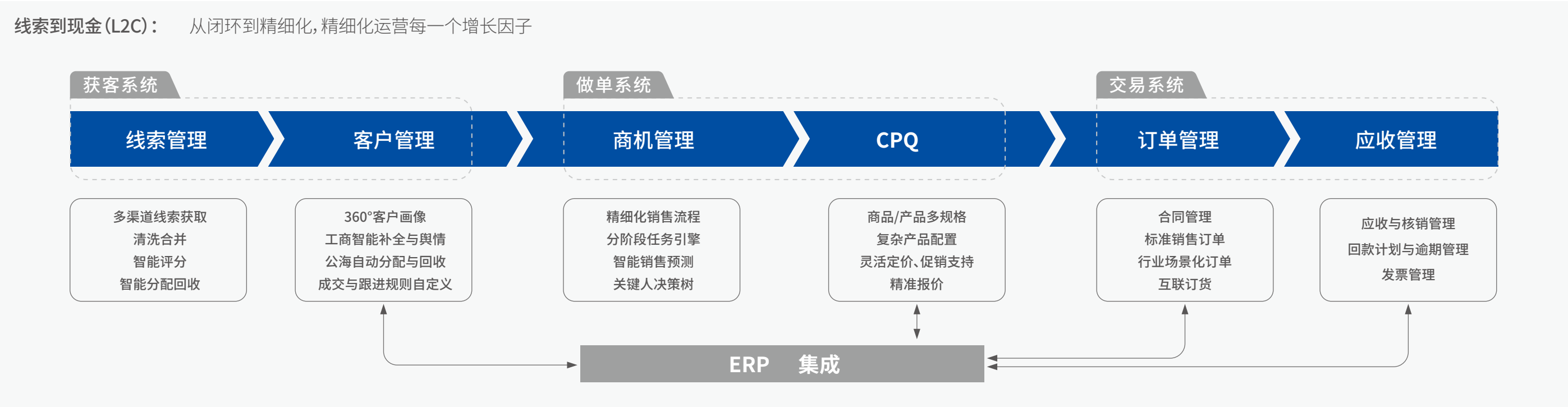
纷享销客CRM有三个核心概念, 连接客户、连接合作伙伴、连接企业内部的员工, 目的是全员以客户为中心的方式去做服务。

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, 最终会给企业带巨大的收益。

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

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。



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。

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。

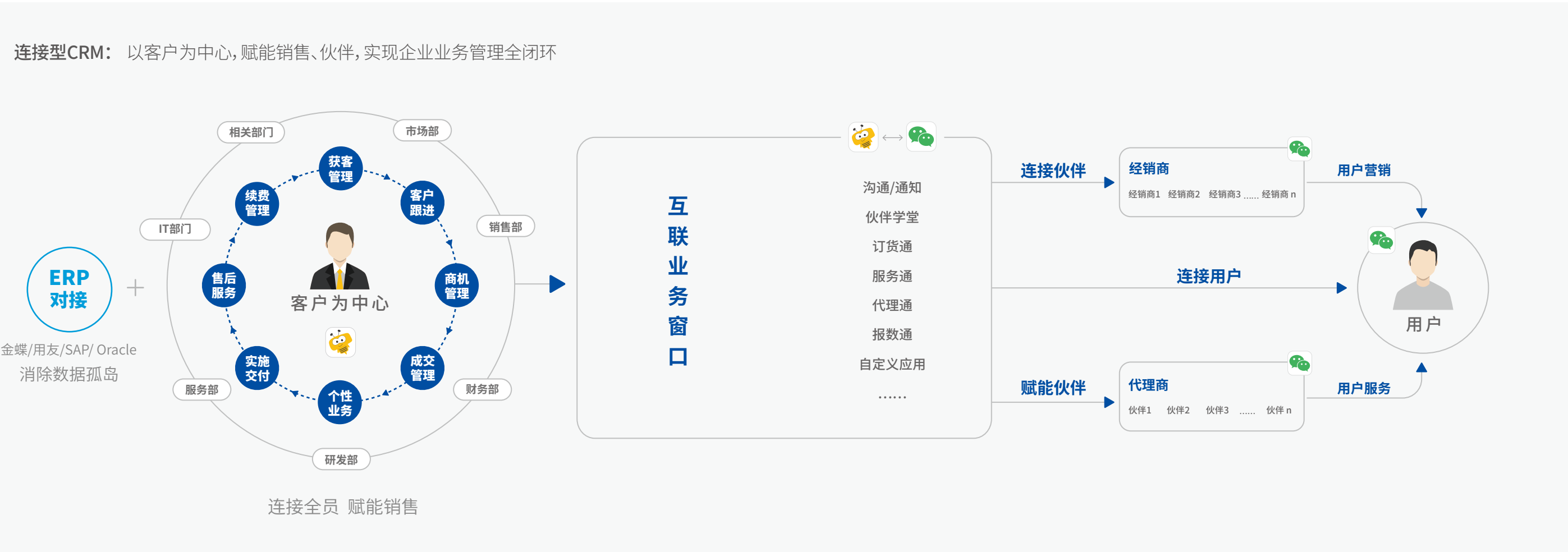
而无处不在的BI,更是纷享销客赋能企业经营洞察和科学决策的利器,在底层,纷享销客把整个CRM的数据和平台的其他业务数据进行有效的采集和整合,同时根据各种规则,提前进行计算聚合。然后,根据不同的输出需求,纷享销客设定了多种分析维度,最终提供更丰富的可视化图表。利用纷享销客CRM,企业可以从BI走向AI,实现更智能化的业务系统,比如智能线索打分、智能商机预测,智能

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。

4 坚实技术赋能CRM产品能力



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+

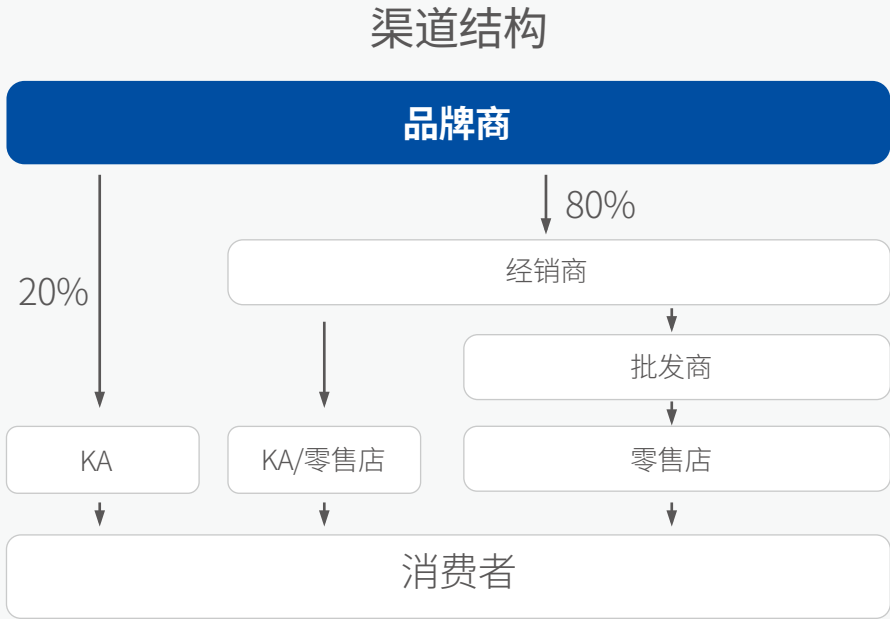
门店

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



- 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
API
表单录入
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



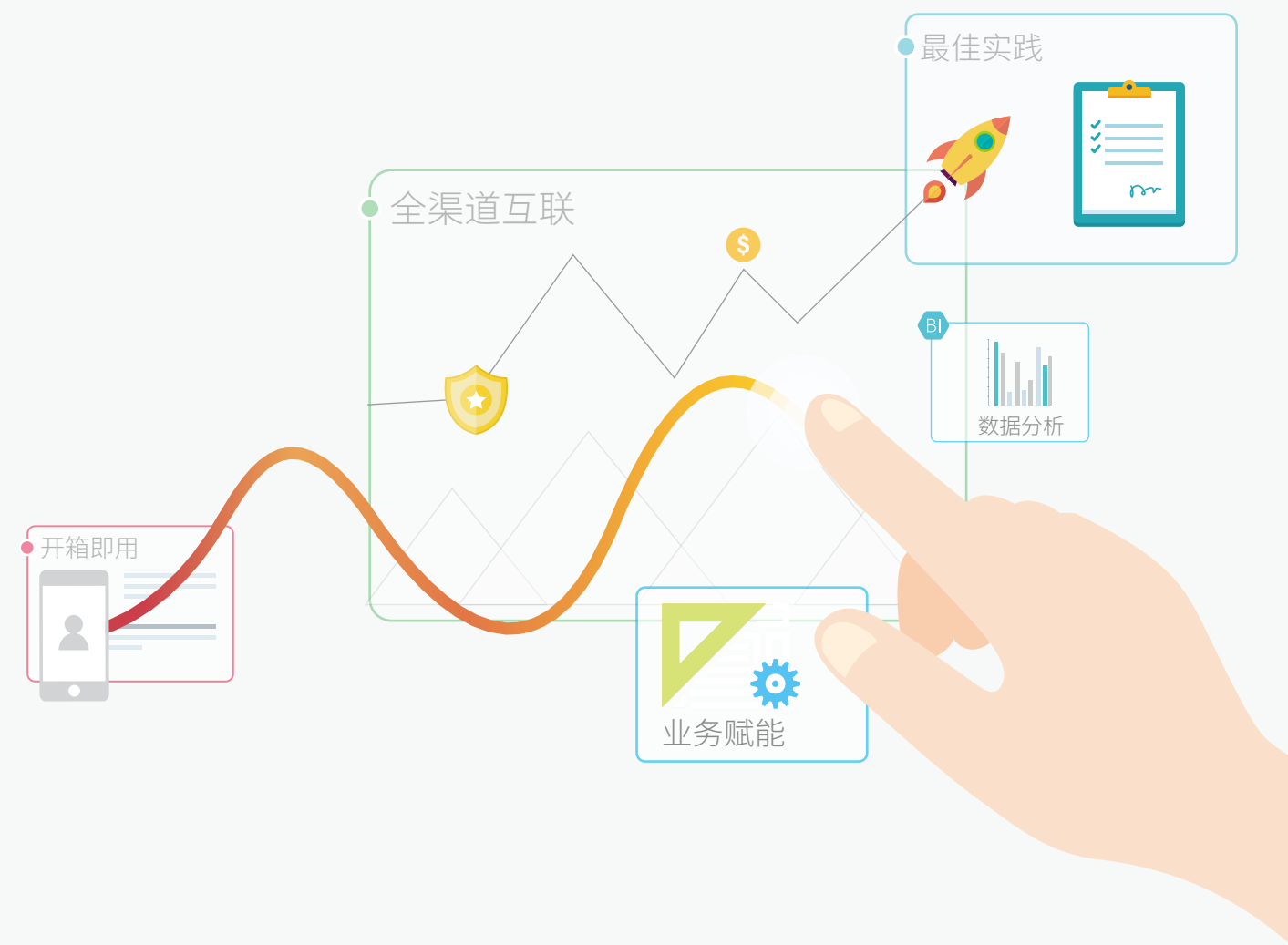
经销商赋能 · 开箱即用



全渠道互联 · 经销商&KA



数据分析 · 行业最佳实践



2020

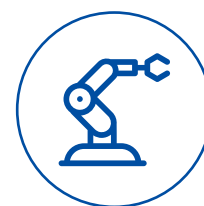
纷享销客SaaS CRM行业应用白皮书

Excellent Practices For Connected CRM

02

连接型CRM 最佳实践

Connected CRM Best Practices



制造行业

连接型CRM最佳实践：

纷享销客 助力 帝迈生物 构建持续性增长运营体系

纷享销客连接型CRM以培训+实践的方式，不断提升帝迈及代理商工程师的服务能力，平均每单服务成本下降十多个百分点，人均维护设备台数提升60%以上，平均服务时长降低了三十多个点，客户需求响应度大大提升。另外，通过对专项备件管理优化，2019年备件库存从期初近400万降低到期末200万以下。

帝迈生物副总裁吴鸿民说：谁能拥有更强的终端客户开发能力，拥有更大的客户粘性，谁就能在未来的发展中占据有利的地位。因此，构建一套面向客户的持续增长的运营体系至关重要，从传统服务到远程、互联、智能化服务，使得各要素之间的连接更加及时、便捷，更加亲近客户，是帝迈的长远战略。

1 迎风破浪，稳健增长

深圳市帝迈生物技术有限公司（简称帝迈）创立于2013年，是一家专业从事医疗器械研发、生产、销售和服务的高科技企业，以创新医疗、呵护生命健康为使命，并以客户为中心、以价值贡献者为本，坚持创新引领和价值共享，致力于成为全球领先的联检一体机产品与服务提供商。随着业务不断扩大，帝迈产品远销国内外，营销收入快速稳健增长，团队规模逐步扩大。

2 机遇与挑战并存的 生物科技行业

近年来，国家政策红利向生物科技行业倾斜，大力鼓

励进口替代，IVD（体外诊断产品）市场面临着巨大的增长空间，同时医改政策下，IVD的收入持续增长。

随着国家GDP的持续性增长，人均收入及支出不断提升、人口老龄化加快、二胎政策等多方因素促使人们的健康意识逐步提升，对健康的投入日渐加大，IVD的需求随之水涨船高。

伴随着机遇而来的是挑战，帝迈副总裁吴鸿民表示，生物科技行业在发展中同样面临着种种问题。

首先，外部环境。医改政策在带来巨大政策利好的同时，也使得行业竞争加剧，导致产品及耗材降价，利润空间降低。另外，中美贸易战引起部分进口原材料成本增加，但带来的成本压力无法向下游传导，厂家只能忍痛挺下去。

其次，内部环境。企业迅猛发展，但组织能力、研发能力、渠道开拓及管理能力、服务支持及保障能力需要快速提升，以满足不断增长的业务及管理需求。

接着，客户需求。随着医院等级的提升，医院客户在产品性能、服务保障、差异化创新等方面向厂家提出了更多、更高的要求。



最后，行业模式。在IVD行业，谁拥有更强的终端客户开发能力、更大的客户粘性，以及更多的装机存量客户，谁就能在未来的发展中占据有利地位。

3 价值增长:从线索到赢单5个关键连接

面对机遇与挑战并存的复杂环境，吴鸿民指出，面向客户构建一套能够持续增长的企业运营体系是在未来竞争中赢取先导地位的关键，与纷享销客的牵手使得帝迈成功实现从线索意向到成功赢单5个环节的互联互通，构建了生态化、一体化的运营管理生态链，连接客户，实现了价值的稳健增长。

首先，连接销售线索。通过纷享销客连接型CRM，可归集通过市场活动、线上等多渠道来源的线索，对意向线索进行系统持续性追踪，并实现对渠道代理商、售后人员的精细化管理和支持。

同时，销售人员离职后，销售线索不会中断或丢失，会系统性地沉淀在系统中，由接任的销售继续跟踪，避免了资源的浪费与流失。“上系统前后相比，我们整个线索的增加是可观的，并实现了系统可控。”吴鸿民欣慰地表示。

其次，连接销售过程。在此环节，可对销售人员进行精细化管理，形成销售过程管理的闭环，通过配置流程实现整个成交过程的风险可视化管控。同时，对于医疗行业中的重大招投标及批量项目采购，可及时介入，给予即时指导，消除项目风险。

其三，连接渠道网络。经营医疗器械需要经营许可证，如果证件过期将会给企业带来合规风险，通过纷享销客CRM系统可对渠道的不同资质进行精细化管理，并针对不同的代理商定义不同的渠道销售政策，实现分级分类精细化管理。

其四，连接客户资源。近两年来，帝迈的终端医院客户快速增长，通过纷享销客系统实现了对客户信息（包括科主任、设备科室联系人等）、耗材变动及客户的分类管理。如此，可逐步积累客户资源池，为帝迈未来多产品线的拓展打下深厚的客户根基。

最后，连接市场机会。通过系统，帝迈可实现对各个区域的监控和分析，及时了解各个省份的市场占有率、渠道排名、渠道开发及能力、耗材变动等情况，及时洞察区域市场拓展机会。

另外，可监控、分析各个产品线，明确每个产品型号在不同区域的装机分布、装机医院等级，以寻找产品突破的机会。同时，还能实现对各区域销售人员的精细

化管理，及时掌控销售人员的销售能力、业绩排名、赢单丢单比例，从而进行人员优化及提升。

4 价值增长:从售后服务到客户关系管理4个连接

从售后服务到客户关系过程中，通过纷享销客连接型CRM，帝迈实现了终端设备、服务过程、客户价值提升以及客户价值创造能力提升，四个环节的互相连接。

首先，连接设备。每一台终端医院的设备状态均可被追踪，移机换机、退机闲置等动态随时可查。通过回访，实现了对设备样本的实时监控分析，及时管控设备变化异常。另外，售后及销售人员在随时查询设备安装、维修、回访记录，在面对客户时做到信息的同步。

其次，连接服务过程。能够对服务标准进行分解并细化，控制节点，实现服务过程的标准化，还可通过质量上升单等方式，对服务异常进行及时管控，并对趋势性故障进行收集和分析。

同时，通过配置的流程，实现对售后服务过程，以及从装机意向发起400回访的闭环跟踪；另外，通过CRM和微信的系统集成和交互，可实现对服务全过程的时效管理，如果超时，便会发起实时提醒，帮助客户随时掌握服务进程；批量派单功能，使得帝迈能够对重点客户进行回访、主动维护，在服务过程中实现针对性重点跟踪管理。

其三，连接客户价值提升。过保设备会主动监控提醒，进行个性化延保服务方案设计，为客户提供省心省心的最优方案；对易损配件进行耗材损耗评估，制定个性化升级维护包，主动更换易损零备件，为客户仪器顺畅使用保驾护航；此外，还可监控客户样本量变化，提供主动服务，帮助客户应对体检季，老年查体等突发性检测增长需求。

能即时管理全过程服务时效，一旦发生服务异常，便可在第一时间自动报警，服务进程可视化，能够快速、高效地解决客户使用问题，持续提升客户服务体验；除此之外，纷享销客连接型CRM系统还可助力帝迈收集客户端反馈信息，通过CAPA闭环跟踪，帮助帝迈持续提升和优化产品，并通过主动回访升级，不断提升客户仪器性能、使用体验，提升客户价值。

其四，连接客户价值创造能力提升。通过线上知识库的建立，服务案例分享，定期线上学习和考核，以培训+实践的方式，不断提升帝迈及代理商工程师的服务能力，从而迅速提升了人员效率，平均每单服务成本下降十多个百分点，人均维护设备台数提升60%以上。另外，线上技术坐席可进行趋势性故障分析，针对性改善故障率。

此外，结合待处理业务流程提示及超时提醒，能够实时监控异常单据，对服务节点进行标准化时效管理，平均服务时长降低了三十多个点，客户需求响应度大大提升；还可实行三级备件仓管理，通过专项备件管理优化项目，2019年备件库存从期初近400万降低到期末200万以下。

5 风雨兼程，共谋发展

谈及未来的发展，吴鸿民表示，从传统服务到远程、互联、智能化服务，让服务更加及时、便捷、接近客户。

未来已来，纷享销客与帝迈也将风雨同舟，共同携手前行在帝迈的数字化转型之路上。





连接型CRM最佳实践：

纷享销客 助力 沃得农机 构筑智能化、信息化之路

“2004年到2015年，是中国农机行业的黄金十年。”江苏沃得农业机械有限公司营销副总经理李文亮对我们说。近年来，随着中国土地流转进程的加快，中国农机的用户群体结构正在发生悄然的改变，从过去的个体用户向专业化合作社转变。而对于整个农机行业来讲，近年来正在向着智能化、信息化发展，这也是沃得未来发展的整体战略性走向。

1 探讨：全程机械化的 可持续发展之路

“沃得的未来发展要推信息化，我们坚持以客户为导向，走全程机械化的路线。”李文亮表示，不断推进并深化数字化转型，是沃得农机谋求可持续发展的必然之路。

纷享销客从销售协作、客户管理、市场管理、订单等多个方面助力企业上云，将连接型CRM逐步推进至上下游，助力沃得农机构筑具备长足发展能力的全程机械化大生态系统。

近年来，中国农机行业的发展其实并不乐观。据国家统计局数据显示，2018年我国规模以上农机企业主营业务收入2311.04亿元，行业增速迅速跌至2017年同期的一半以下，且一直保持在低位运行。

另外，利润持续下滑，且幅度较大；细分行业冷暖不均，虽部分可圈可点，呈现上升趋势，但总体结构仍在进一步调整中，产业结构的调整力度仍需加大。据预测，2020年以后的市场形势依然严峻。

2 深刻的认知：如何“过冬”？

市场寒冬下，如何“过冬”？
沃得对此有自己深刻的认知。

近年来，为振兴三农，不断推进中国农业的信息化，国家的政策红利不断向农机行业倾斜，互联网+农机、购置补贴、服务作业补贴等针对性福利政策给农机行业创造了良好的发展机遇。

打铁还需自身硬，作为一个在中国农机行业占据着举足轻重地位的行业领军企业，沃得已形成了“耕-种-田间管理-收获-秸秆综合利用-粮食后处理”的全系列产品线，拥有上千家经销商及几百个服务站。

纵然市场形式日益严峻，但沃得农机的眼光放的更为长远，始终坚持技术创新和产品创新，不断提高产品制造能力，进行制造工艺的改造升级，在产业整合、供应链提升、渠道建设、成本控制、经营环境改善、新兴市场捕捉等方面不断提升，实现集团综合实力的整体提升。



李文亮 | 沃得农机
营销副总经理

3 七步走,寻求突破性改变

随着业务的不断开展,滚雪球般的喜人业务量带来了傲人的业绩,但同时大量的个性化业务需求也扑面而来,亟待处理和解决。

手工Excel、纸质单据处理方式以及传统的业务系统管理方式,远远无法满足持续的高频发生业务量。

同时,对规模庞大的经销商、服务站及终端客户的一站式管理,也成为沃得发展道路上的急需突破的重要环节,这对于沃得农机业绩的持续增长及市场占有率的持续提升至关重要。

由此沃得看到,不遗余力地进行数字化、系统化、流程化地变革成为寻求突破的关键。因此,在数字化转型进程中,沃得农机将重点聚焦于市场管理、经销商、订货管理、业务管理、售后、部门日常管理等各个环节,进行颠覆性改变。

“

通过连接型CRM系统,沃得农机能够对客户进行360°的全方位管理,记录关联订单、回款、应收、售后服务、审批等业务活动,全自动沉淀拜访信用、发货、工单、服务评价等数据信息,实现从售前、售中到售后的全程多人联合跟进,权限灵活可控。

”

首先,在目标管理上。

通过纷享销客连接型CRM系统,可按照事业部、产品线、客户类型等进行目标的多维度设定,在手机端、PC端便可随时掌握目标达成情况,并据此及时复盘各片区执行状态,以便灵活调整营销策略。

其次,连接型CRM赋能市场管理,能够对线下和线上信息来源渠道进行统一的系统性管理。

新颖的二维码签到模式,大大提高了活动签到效率,可轻松高效地收集展会、推介会等活动带来的客户信息,并将数据进行系统化留存。

而在线上,即可随时处理销售线索,实时追踪线索跟进和处理情况,掌握成交状况,进行投入产出比ROI分析,实现线索的全生命周期管理。

另外,可以及时将农机通等网上留言按照线索、工单

等进行分类,导入至CRM,进行系统化、流程化管理和闭环处理,从而降低对游客的影响,维护公司品牌形象。

其三,客户管理。

不仅能够通过扫名片或批量导入的方式,轻松创建并留存客户信息,防止信息的丢失,还可以通过工商登记信息自动匹配、补全客户数据,实现自动查重,防止销售过程中的抢撞单“事故”发生;

除此之外,也能对终端客户、经销商、合作伙伴等进行有效的客户分类及分级,以便进行高效筛选和查看;

同时,通过连接型CRM系统,沃得农机能够对客户进行360°的全方位管理,记录关联订单、回款、应收、售后服务、审批等业务活动,全自动沉淀拜访信用、发货、工单、服务评价等数据信息,实现从售前、售中到售后的全程多人联合跟进,权限灵活可控。



沃得拥有几百个服务站,通过CRM系统,能够系统性留存服务站的基本资料,以备随时查看。由于服务站站点分散在全国不同区域,建站审核资料如果通过寄送的方式,非但时间成本较高,资料收集齐全度也大大受限。

通过纷享销客CRM系统,可及时上传考察报告、场地情况、车辆情况、人员情况以及手动签名等,审核流程实现自动化,建站审核流程也大大简化。

在沃得农机市场覆盖的弱势区域管理上,可以智能分析并排查竞争对手名录,锁定市场空白区域,有针对性地对经销商、终端用户及合作伙伴进行有效地开发。



其四,销售过程管控。

对拜访过程进行流程化管理,通过制定拜访过程中的任务项,收集竞品、经销商等信息,销售借助手机端即可将采集到的竞品数量、价格变动等数据上传至CRM系统,实现数据的自动汇总及分析,以便管理层能够及时查看竞品信息,审时度势,及时调整沃得农机市场策略。

其五,订单管理。

纷享销客连接型CRM与沃得现有的ERP系统实现了无缝对接,打通了订单、合同、回款、开票、发货等各个环节,大大提升了订单的管理效率。

同时销售订单可直接关联开票、回款、退货、退款等流程,实现交易过程的闭环管理。

另外,可对订单设置审核机制,在手机端便可以实时查看订单状态,进行审核确认,实现业务规范性和流转效率的有机、高效结合,后端的营销数据也能够实时反馈至销售前端,目标管理和应收款项管理更加精细化。

同时,微信、APP的线上下单模式,也在根本上改变了沃得传统的下单方式,大幅提升了订单效率。

用户在选配过程中进行在线下单、系统选配,后台系统会自动计算并系统化沉淀相关数据,自动发起沃得农机内部审核流程,对接ERP系统,实时联动产品和库存。

另外,沃得的发货、收货以及退货流程均实现了线上物流信息可查,而与ERP的联通也打通了各项数据,避免了数据的获取失误及重复录入,发收货及退换货效率得以大幅提升。

其六,售后管理。

通过CRM系统,沃得农机建立了设备管理体系,客户通过微信扫描条码即可查看设备的各项详细数据,每台设备的历史维修记录、产品维护手册、备品备件列表等都能清晰记录下来;一旦设备出现故障,直接扫码或通过微信服务号即可报修,物码结合的使用,使得报修效率大为提高。

当服务商在移动端接收到工单提醒时,便可同步创建日程或任务,工程师根据预设流程完成后续服务,并提报维修、故障等信息,数据沉淀至系统,以备后续参考使用。

接着,回访人员根据工单信息会对客户进行回访及满意度调查,客户也可以在后台提交在线评价,缩短反馈周期,同时也保证了评价的真实性。

如此,服务实施数据可随时掌控,工程师/服务商的绩效考评有据可查,而多维度的数据挖掘分析,也为沃得农机提高服务质量提供了丰富的数据支持和参考。

其七,强大的数据分析能力。

纷享销客连接型CRM系统具备强大的BI能力,能够对渠道、库存、竞品、销售、终端等各环节数据进行采集和统计,并从目标、流程、行为、结果等各个方面,对数据进行360°全方位分析,图表呈现可视化;沃得也可以根据自身的个性化业务需求,轻松自定义图表。

另外,在云端,数据可实现自动汇总统计,实时反馈最新数据动态,为管理层做好科学决策提供强大的数据支撑。



4 献礼“一带一路”，助力中国农机“走出去”

据了解,目前中国农业的机收率和机耕率已达90%以上,基本已经完成了机械化。近年来,随着国家“一带一路”方针的提出,中国整个农机行业也开始与国际接轨。

沃得农机在国家政策红利的支持和驱动下,携手纷享销客不断推进企业的信息化和智能化,促进渠道与服务的不断升级,构建强大的未来可持续发展能力。

这是沃得农机在发展进程中的重大突破,也代表着设备制造行业未来的发展趋势和走向,我们期待,沃得与纷享销客的牵手能为中国农机“走出去”献上一份标杆性贺礼。

连接型CRM最佳实践：

纷享销客 助力 腾达 实现数字化全渠道增长

截至目前，腾达与纷享销客已经携手走过一年半的时间，成本节省200多万，全渠道增长18个百分点，大客户业绩增长80%，运营商业绩增长100%，并带来了巨大商机。

1 思考：谋取长远、稳健发展

深圳市吉祥腾达科技有限公司（以下简称腾达）成立于1999年，集研、产、销于一体，产品与方案远销国内外，是全球领先的网络设备提供商。领先的技术一直是腾达的企业命脉，互联网时代背景下，腾达一直紧跟时代步伐，坚持不断创新，以快速的迭代速度领跑产品市场，位居业界前列。

市场是没有硝烟的战场，随着互联网经济模式的崛起，电商与运营商的力量不可小觑。在复杂的商战角逐中如何谋取更长远、稳健的发展是每一位企业管理者应慎重思考的问题。

面对全新的业务环境及形态，到底该如何下手？是否要头痛医头，脚痛医脚，吉祥腾达CIO邱俊提出了自己的看法。

2 复杂环境，驱动渠道变革

新时代背景下，技术高度发展。要在新环境下利用先进的IT工具助力企业发展，他表示，大客户及运营商的业绩增长是推动腾达全渠道业绩持续增长的重要

途径。为满足不断变化的业务需求，腾达意识到要从战略、管理、外部三个方面驱动腾达的渠道变革。

通过销售渠道的创新，推动渠道的线上化和扁平化，尽快实现渠道转型升级，帮助渠道及客户获取更多的客源。

首先，从当前的商业环境来看，市场的拓展需要扩大商机的“喇叭口”，通过数据的运营、分析深度挖掘客户商机，精耕细作，提高效率。另外，建立渠道生态链，在良好的订单生态基础上，深入探索腾达作为厂家及平台与终端客户的沟通模式及更快收集客户的途径，并迅速产品化，以便更好地抵御竞争带来的风险。同时，要建立客户服务的快速响应机制，通过高效运营确保服务的高质量、高安全性。

其次，内部管理痛点是企业渠道变革的内源动力。目前国内内销服体系在整个业务管理上无章法可循，缺乏业务流程统一的打法。销售业务统计与客户运营效率低下，缺乏信息化手段支撑；供应链、订单、财务等各个部门间相互隔离，缺乏高效协同。

除此之外，外部新技术变革的发展与普及是渠道变革的加速引擎。随着云化、移动化的浪潮迭起，新商业模



式层出不穷，终端客户要求不断提高。其次，在大数据与AI的加持下，各种类型数据的价值日益凸显，对海量数据的加工与应用在管理中日益普及。同时，由于云化技术与共享理念的推动，各种软硬件持有成本不断下降。

3 从业务出发，变革性引导渠道变革

为在复杂的环境下谋取长远发展，腾达从内部到外部及业务流程上做了切分。

通过纷享销客连接型CRM系统，销售人员可按照制定好的规范化流程开展工作，所有客户信息及项目跟踪脉络一目了然，分散的客户信息及相关数据也可清晰而系统地沉淀。

同时，针对客户的订单处理、对账等业务也得以系统

支撑，处理效率大大提高。“企业做信息化不能为了信息化而信息化，要对项目进行变革性引导，从业务出发。”

在业务体系上，纷享销客助力腾达梳理了整个销售流程，从线索的管理、销售流程及运作，到组织的匹配，销售前端及交付后端的打通，将整个组织和运营全部流程化、规范化，实现了腾达IT系统的统一管控。

另外，利用先进的纷享销客CRM信息系统支撑起整个营销体系，有效把控了渠道价格，稳定了市场。同时，也实现了对外部客户信息系统的高效管理，客户可轻松、直观地下单，及时了解商品的流通信息，建立起从内到外的有效连接。

如此一来，客户购买链条清晰化，能够轻松自主订货，大大提升了客户满意度和用户粘性，各部门间也实现了高效协同，订单处理效率大幅提升，也为管理层制定决策提供了有效支撑。

4 腾笼换鸟，获取稳健增长

回头来看，当企业增长放缓，是否真的头痛医头？脚痛医脚？

邱俊指出，在当前整个渠道增长低迷的形势下，我们要腾笼换鸟，通过数字化全渠道，将有限资源投入到我们的运营商、大客户中去，以获取更多的增长，推动公司的可持续、稳健发展。

截至目前，腾达与纷享销客已经携手走过一年半的时间，成本节省二百多万，渠道增长十八个百分点，并带来了巨大商机。

谈及未来发展，恰如邱俊所言，“未来我们想继续推动整个渠道业界的成长，夯实、稳住这个盘子。新的发展形势下，我们会利用纷享销客信息化工具，持续推动企业的业绩增长。”

“截至目前，腾达与纷享销客已经携手走过一年半的时间，成本节省200多万，全渠道增长18个百分点，大客户业绩增长80%，运营商业绩增长100%，并带来了巨大商机。”





连接型CRM最佳实践：

纷享销客 助力 特变电工
数字化升级

采用纷享销客CRM之后，新疆特变电工自控设备公司整体报表统计成本降低70%，企业数据质量提高100%。各业务线人员效率提高近40%，各团队协作更密切。

在《中国制造2025战略》背景下，我国的制造企业已经成为数字化转型的“先锋”，特别是龙头传统企业，新疆特变电工自控设备公司（简称特变电工）便是典型的一例。

新疆特变电工集团属国家高新技术企业集团，是中国变压器行业首家上市公司，同时也是中国重大装备制造业核心骨干企业，中国最大的变压器、电线电缆、高压电子铝箔新材料、太阳能核心控制部件研发、制造和出口基地。2018年全集团总资产1213亿元，销售收入575亿元。

作为新疆特变电工集团有限公司的全资子公司，新疆特变电工自控设备有限公司是一家致力于为电源、电网、石油、石化、铁路、大型工矿企业，提供绿色、低碳、节能、环保自控设备保障的专业化公司，产品研制能力达国内外同行业领先水平。

1 适应企业规模发展 业务系统走向数字化

当前，处于同行业领先水平的特变电工，正在进入公司规模扩大，制造厂扩展，业务量持续增涨的阶段。但随着企业发展，业务数据不断增加，特变电工需要升级现有的业务管理系统，走向数字化、信息化、智能化，以提高公司运行效率，辅助企业发展。

目前主要体现在以下3方面

第一，创新业务管理方式：



特变电工之前的业务采用纸质管理，前端业务通过Excel表格再借助市场管理部中转传达至生产经营端。这种方式信息传递流程长、人为干扰因素多，易出错，而且会导致基础数据错误，纠错成本提升。

第二，提升信息化程度：

之前，特变电工拥有OA系统，财务系统，但数据入口不统一，导致数据核对存异。公司十分需要业务管理系统以及统一的业务主数据入口，能够从业务前端到生产经营中端再到服务后端实现一体化的系统支撑，打通端到端闭环。

第三，提高数据管理效率：

之前，特变电工业务数据以周为单位进行汇总汇报，专人进行业务数据的整理统计。而数据的汇总消耗大量人力，且分析数据需要提高效率，避免影响业务决策。

为了让公司的业务发展更加顺利，特变电工决定开启信息化建设，搭建科学的系统管理平台，在赋能前端业务的同时大大提高前后端协作效率，实现内部业务流程的全闭环畅通。

2 深刻理解现状搭建业务统一管理体系

经过多番选型测试，特变电工最终选择了专业的移动CRM服务商纷享销客搭建业务管理系统。在项目经验方面，纷享销客已经服务了同行业的多家标杆客户，这些公司的业务与特变电工相似度极高，这让信赖度大大提升。

在专业方案上, 纷享销客与特变电工深入沟通, 理解公司的业务现状和核心诉求, 再结合以往的项目经验, 帮特变电工规划出一套指导性建设方案, 方案贯穿了售前、售中、售后的全流程, 彻底打通了以往的部门墙问题, 也建立了科学的项目管控体系及售后服务体系, 对此, 特变电工认可度很高。

在服务保障上, 纷享销客联合合作伙伴体系构建了强大的本地化服务团队, 确保服务的及时性和上门效率。

在合作先期, 纷享销客首先对特变电工的业务及信息化现状作出全面诊断:
特变电工目前下设9个业务部门覆盖全国业务, 市场管理部主要负责对9个业务部门人员的项目做管理和服

务, 公司所有的项目、合同、发货、售后服务等日常销售管理工作都是通过市场管理部做中转沟通。特变电工希望业务系统上线后, 能够提高公司运行效率, 达成公司的信息数据统一, 以便及时作出决策。

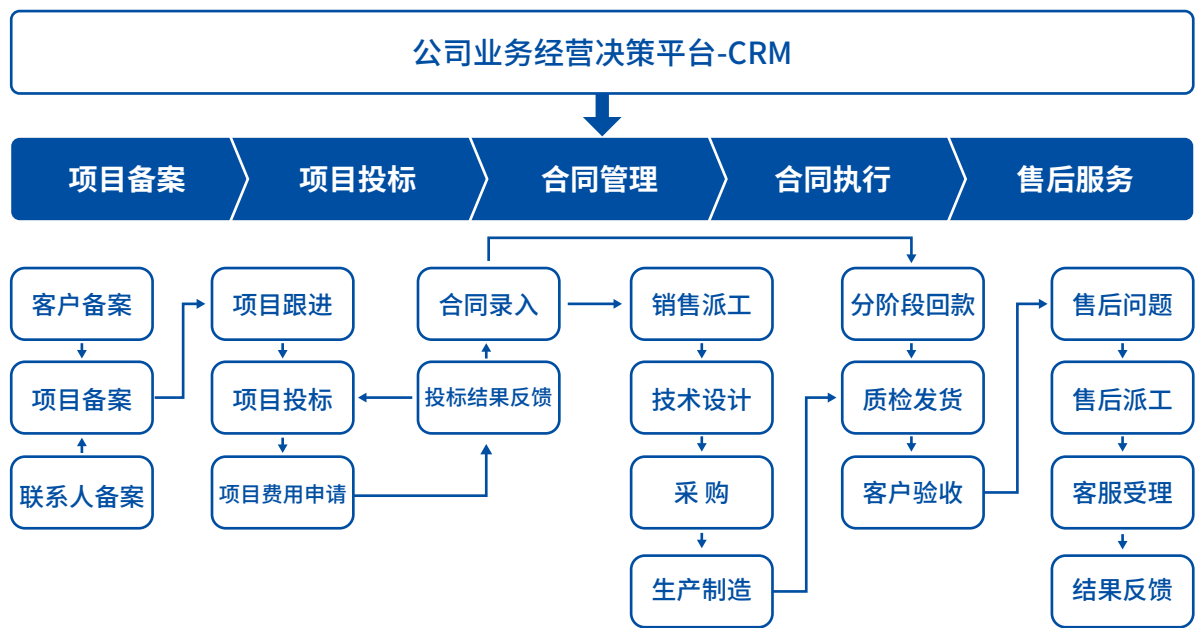
而在特变电工应用的业务架构设计中, 纷享销客为特变电工打造了一个业务全流程闭环管理平台。
该平台包括业务层, 主要管理客户联系人、项目信息备案、项目投标评审、项目过程费用; 支持层, 主要包括管理项目合同、合同执行、财务、业务支持。决策层, 业务数据整合后汇集到这一层, 可进行项目预测数据、项目合同数据、应收账款数据和目标业绩数据的分析。

3 解决五大核心问题 全面提升信息化水平

完成企业信息化业务管理平台建设后, 特变电工的五个主要应用场景也得到全面覆盖。

(1) 商机管理——保证高效拿下业务

通过该业务管理平台, 特变电工实现了商机跟进过程的精细化管控, 可建立以成交为目的的业务主线, 避免关键节点风险。同时, 数据及结果可量化分析, 并建立以项目为中心的协作机制, 项目信息可共享, 每个节点均可做任务协作, 关键信息归集在节点下。
另外, 相关人员也可以建立项目跟进过程中的预警机制项目过程, 并实现结果数据可分析。



(2) 项目投标评审-科学评分、高效决策

通过该业务管理平台, 公司各个项目的各维度关键信息可精准获取, 项目视图更清晰。系统根据所填内容的各维度信息自动算出对应得分, 自动汇总项目投标分数, 让决策更高效更精准。与此同时, 公司投标评审审批流程实现自动流转, 各节点审批意见清晰可见。这样, 公司领导实时掌握一线项目情况, 及时作出了对应决策。

(3) 项目合同管理-自动化统计、多维度分析、自动预警

通过该业务管理平台, 公司的合同金额和回款计划管理, 到期自动提醒销售人员收款, 让销售更简单。
另外, 通过该业务管理平台, 可自动统计合同各阶段回款情况, 自动统计合同各阶段逾期天数和逾期金额, 让合同管理更高效、简单。同时, 还具备自动算出逾期帐龄功能, 让决策更明确。

(4) 合同订单执行管理-流程透明、协作高效

通过该业务管理平台, 公司业务人员实时了解合同执行进度做到及时同步客户。使得各业务团队协作更高效、信息传递更及时, 重复工作大大减少, 降低沟通成本。同时也让合同执行结果及时跟踪, 节点更透明。

(5) 售后管理-以客户满意为导向设计服务流程闭环

通过该业务管理平台, 特变电工可实现随时随地反馈客户投诉问题到售后服务部门, 收集最原始问题情况。这使得售后服务人员处理问题结果及时记录, 团队协作更高效, 流程更清晰。

同时, 通过该业务管理平台, 客户问题实时记录汇总分析, 为不断优化生产制造产品质量提供数据支撑。
而在系统集成方面, 由于特变电工的OA系统采用的是云之家, 为了满足两者之间业务协同的需求, 该业务管理平台可完美实现云之家系统单点登录到纷享销客系统, 纷享销客相关的业务提醒推送到云之家上, 实现了特变集团SOA服务总线的能力。

4 人员效率增长四成， 成本直降70%

本次纷享销客助力特变电工实现了从销售前端到生产经营中端再到服务后端的一体化管理, 大大提高了内部协作效率。CRM系统建设功能的使用累计涉及到全公司11个一级部门的使用, 累计涉及到30多个业务管理模块。

如今的特变电工, 已经实现了公司业务数据实时可视化, 各维度统计台账实时统计, 实时把握公司运营业务情况。

尤其是改平台为项目投标、订单生产发货数据提供了实时统计分析, 科学化决策依据。实现了全国业务运作情况实时掌握, 动态信息直接传递到公司总部。

“

本次纷享销客助力特变电工实现了从销售前端到生产经营中端再到服务后端的一体化管理, 大大提高了内部协作效率。CRM系统建设功能的使用累计涉及到全公司11个一级部门的使用, 累计涉及到30多个业务管理模块。

”

同时, 该CRM系统的建设, 对特变电工后期管理信息化建设奠定了基础, 积累了实施经验, 起到了“启点”建设的示范标杆作用。

连接型CRM最佳实践：

纷享销客 助力 步科 构建智慧化工厂，实现数字化创新升级

基于纷享销客CRM系统的数据分析显示，步科持续缩短工单的平均制造周期降低了好几倍，建立了过程可控、可追溯的质量保障体系，成品库存降低了约30个百分点，制造费用降低近20%，生产面积也得以大幅度释放，标准品的总销售额与去年持平，行业解决方案总销售额同比去年增长近300个百分点，销售总额同比去年增长近30%，增长态势喜人。

随着全球新一轮产业变革的蓬勃兴起，制造业重新成为全球经济发展的焦点，世界主要发达国家纷纷颁布一系列重大战略举措，推动制造业转型升级。

从德国工业4.0到美国的工业互联网，再到中国智能制造2025，制造业迎来了发展的春天。国内各大制造业厂商摩拳擦掌，不断探索新的经营思路与转型策略，力争在产业互联网浪潮下赢得先机。

新形势，新业态，面向充满机遇与挑战的未来，步科CIO刘军表示，我们面临的挑战是国际市场的先发优势和行业人才的短缺，以及消费结构的全面升级，需求的调整对产品的质量提出了更高的要求，也给企业转型升级带来了更大的压力。

这就要求必须以行业为市场方向，研发、市场、渠道代理等要形成一个紧密的合作，以驱动产品的创新，满足市场需求。

1 新的增长引擎带来巨大增长空间

刘军表示，制造业迎来了前所未有的新发展，新的增长引擎为制造业带来了巨大的增长空间。

首先，从外部红利杠杆来看，国家产业政策向制造业倾斜，发布了“中国智造2025”，加快推动两化融合。另外，中国老龄化速度加快，促使经济结构加速转型调整。

从内部来看，创新经营管理驱动下，创新技术将大大赋能智能制造；再加上经济下行，劳动力成本持续上升等因素，对企业经营管理提出了更高的要求。

他指出，数字化是提升经营管理效率的关键，企业数字化势在必行。另外，很多企业属于中低端制造业，附加值比较低，需要尽快提升产品的技术创造能力和产业价值。

2 面临多重挑战，直面突破

但步科面临的挑战不仅有国际市场的先发优势以及行业人才的短缺，同时还有资金、消费结构的全



面升级、需求的调整等,这为企业的转型升级带来了很大压力。

此外,产品满足市场的需求,必须以行业市场为导向,使得研发、市场、销售以及代理商紧密合作,不断深入了解行业需求,为客户提供精准的行业解决方案,驱动产品的创新,才能满足市场的需要。

3 数据成为新发展引擎

每个经济体制下都有着截然不同的生产要素,农业经济时代主要是土地和劳动力,工业经济时代主要是资本和技术,数字经济时代是数据,以数据驱动整个生产要素的转变。

数据的驱动作用日益增强,以数据为核心重构生产要素,将促进以物质生产、物质服务为主的经济发展

模式,向以信息生产、信息服务为主的经济发展模式的加速转变。

因此,企业亟须降低对土地、劳动力,资本等一般性生产要素的过度依赖,不断激发数据、管理、技术等高级生产要素的作用,有效优化要素投入结构,激发数据这一新驱动要素的巨大创新潜能,从而大力提升产业核心竞争力。

4 智慧数字化工厂—— 衡量工厂管理的数字尺

步科电气,成立于1996年,成立之初主要业务从事自动化产品贸易,1999年转型为做自动化产品系统集成,发现系统集成缺乏有竞争力武器,从2002年开始,转型做工业自动化产品的研发和生产,一直到2010年,一直不断在做自动化相关的产品完善,

2012年推出机器自动化解决方案,2015年推出数字化工厂解决方案,2018年推出工业互联网。

步科的发展历程契合数字化经济时代的发展,从贸易-->产品-->自动化解决方案-->数字化工厂解决方案-->工业互联网;技术的创新促使新产品快速迭代,互联网改变了固有的商业模式,信息壁垒被打破,市场个性化、多样化的需求被激发出来,导致了整个市场的颠覆性变革。

其中,最显著的特点就是,订单批量变小,产品种类变多,产品生命周期变短,货期要求变短,质量要求提高,订单执行全流程要求透明,人工成本快速增长,招工难。

步科智慧工厂解决方案,基于步科20多年发展的多种技术和产品,这些技术和产品分布在工厂内部各个纵向层级,从现场、控制到系统和管理,他们分别属于自动化,信息化,机电一体化,包括了物联网、新型自动

化等最新科技,正是这些技术在工厂各个层级的应用,推动工厂从自动化走进数字化和网络化,这是迈向智能化的必经之路;

为顺应市场的变化,智慧工厂变革传统生产方式,通过柔性自动化、数字化、智能化的技术,提高小批量多品种的生产能力,缩短制造周期,减少库存,提高产品的质量,并使得订单执行的全流程数字化、透明化,全过程可追溯,工厂实现了自动化、数字化。

由此,步科拥有了衡量工厂管理的数字尺,能够即时、客观、透明地反映工厂各环节的运营过程及结果。据统计,工单的平均制造周期降低了好几倍,产品品质大大提高,建立了过程可控、可追溯的质量保障体系,各项成本均大幅降低,成品库存降低了约30个百分点,制造费用降低近20%,生产面积也得以大幅度释放。



5 聚集行业，促进跨越式增长

针对“聚焦行业，促增长”这个话题，刘军说，步科想在智能制造这个方向上有所发展，首先要选择处于国家宏观政策风口方向的产品，对行业进行深耕与分析。

选对行业，通过对市场的深耕与培训，用数字化驱动新的产品和解决方案，以纷享销客连接型CRM，以及与企业ERP系统的无缝对接等先进的系统平台与技术，支撑步科的数字化管理运营，以客户为中心，为客户创造价值。

步科通过数字化工厂、自动化技术平台以及SaaS技术平台，三轮技术平台驱动发展，促进业务增长。在增长方面，步科通过对客户进行分析、筛选，找出聚焦的客户，然后通过客户关系计划、走访计划、VIP客户通道，保留老客户，不断提高客户粘性。

在销售模式上，基于老客户深入挖掘二次销售，所获得的商机往往比新开拓客户占比更大。另外，步科通过新增渠道、拓展行业、培育新型战略行业、新产品开发、创新的方案等进行新客户的持续性开拓；同时，针对不同区域，不断提升客户价值和品牌的宣传，促进整个增长战略。

6 实现“双擎双翅膀”加速增长

步科通过布局数字化工厂及数字化经营实现“双擎双翅膀”加速增长。

近年来，步科专注于自动化控制核心部件和工业物联网软硬件产品的研发、生产与解决方案的制定，聚焦新兴行业，提供专业系统集成服务，为客户贡献智慧的解决方案，专注于细分市场，同时探索突破和领先的机会，打造智慧数字化工厂。

此外，通过行业分析，选对行业，谋局而动。针对智慧

工厂、物流行业、服务机器人等行业提供产品与解决方案，对市场进行深耕与培育，同时，借助纷享销客连接型CRM帮助企业实现数字化运营管理，以数据驱动、构建新的业务形态，实现“双擎双翅”的加速增长。

7 高效管理全面数字化

在客户的高效管理上，通过纷享销客CRM系统，可对客户进行数字化培育，逐步培养客户的数字化习惯，对整个市场进行聚焦、细分，然后在市场需求的驱动下，不断创新产品。另外，通过业务流程的智能化以及运营管理的数字化，实现效率随时可见、效果随时可查的可视化效果。

从而，步科实现了“客户、市场洞察、业务流程、业务平台及运营管理”的全企业管理流程的数字化，构建了生态化、一体化的高效管理生态链。

8 纵深发展，实现逆势增长

步科的数字化战略促进了行业的纵深发展，基于纷享销客CRM系统的数据分析显示，其标准品的总销售额与去年持平，行业解决方案总销售额同比增长近300个百分点，销售总额同比增长近30%，增长态势喜人。

在全球经济形势下滑，总体发展不容乐观的情况下，步科实现了业绩的逆势增长。作为步科优秀的合作伙伴，纷享销客以客户的成功定义着成功。未来，我们期待双方的合作将为中国制造业的发展带来更辉煌的明天。





连接型CRM最佳实践：

纷享销客 助力 必达智能门锁 实现业绩超过100%增长

据了解，在2018年，必达业绩持续增长了136%；即便是2019年，在整个市场经济唱衰的形势下，必达仍保持了第一季度同比165%的业绩持续攀升。“纷享销客不仅大大提升了我们的管理效率，同时也提高了我们计划、安装的准确性，给我们带来了很大帮助……”

数字化、生态化、智能化，成为现下炙手可热的话题。移动互联网时代，信息的交互更加频繁，更多的企业在发展中意识到管理及业务模式变革的重要性，要求构建新的业务生态，以便更快地适应千变万化的市场。必达与纷享销客的牵手让企业具备行业全渠道营销能力变为可能。

必达，是一家专注于研制智能门锁28年的企业，其主要业务为酒店锁和家庭锁，目前已在国内占据领先地位，出口额遥居榜首。截至2019年，必达的全球工程用户已超过36000个，其中包括洲际、雅高、温德姆等知名酒店国际管理集团。在家庭锁市场，国内前三的地产开发商中，碧桂园和恒大是必达的战略合作伙伴。同时，公安部2019年最新颁发的电子防盗锁GA374行业标准中，必达是重点起草单位之一，也是中国唯一通过欧美国际三大电子锁认证的制造商。

提起必达的辉煌以及其涨势喜人的业绩，必达营销负责人陈文楚自豪满满。据了解，在2018年，必达业绩持续增长了136%；即便是今年，在整个市场经济唱衰的形势下，必达仍保持了第一季度同比165%的

业绩持续攀升。“纷享销客不仅大大提升了我们的管理效率，同时也提高了我们计划、安装的准确性，给我们带来了很大帮助……”陈文楚不由称赞道。

1 CRM系统应该能灵活适应企业不断变化的管理需求

被问及与纷享销客的结缘，陈文楚与我们做了分享。原来十年前，必达就已经开始使用某CRM系统。但在使用过程中，却发现与期待大相径庭。企业发展是不断变化的，特别是必达这样一个处于迅猛发展期的公司，它对CRM系统要求更为严格，需要CRM能灵活地适应其不断变化的管理需求；但当时一旦提出改动需求，都要依赖于编码的开发。而且，中间与CRM厂商的沟通咨询、报价谈判等时间都比较长。“也就是从那个时候开始，我就开始考虑到底有没有一种半定制开发的，或者叫定制实施系统，可以让我们企业用户可以自由地改动，所以那个时候我们已经开始考虑CRM系统的一个调研。”



2 与纷享销客的结缘是偶然，也是必然

“前年，我去上海出差的时候，通过上海的一个代理商第一次接触到纷享销客。当时，代理商朋友拿着移动的投屏工具向我介绍纷享销客的时候，我也问了一些功能，都让我比较满意。”无独有偶，回去之后，当陈文楚兴致勃勃地向信息中心提起此事时，才知道原来信息中心已经在使用纷享销客系统；于是，马上推广至必达酒店锁营销部试用。后来，陈文楚通过纷享销客了解到，原来与必达近在咫尺的一家企业伊之密也在使用纷享系统，恰恰该公司的股东之一与陈文楚算是老相识。通过了解，伊之密的使用满意度非常高，尤其是对纷享销客的服务质量。

彼此的“倾慕”和信任使得双方的合作水到渠成，必达与纷享销客的结缘是偶然，亦是必然。必达在企业管理数字化、信息化的道路上已然成为卓越的实践者，而纷享销客则仿佛一个拓路者，默默耕耘，成就并见证着他们的成功，也以客户的成功定义着成功。

3 纷享销客：“一辈子用心做好一件事”

必达的业务主要集中在工程渠道，在企业内部分为家庭锁和酒店锁两个营销部，两个部门的管理方式却不同。酒店营销部主要是管理经销商，发货后的工程管理很少涉及；但在家庭锁营销部走的却是直销的模式，送样、签约、安装计划、发货、安装、验收，包括安装过程中的替代锁和电子锁的区分等一系列流程都要一丝不苟地对待，一套高标准的管理系统至关重要。通过纷享销客系统能够对商机阶段进行管理，由于在安装前已经明确了很多产品的规格，所以，必达的计划及安装准确性得以大幅提升。另外请款的及时性也为企业带来了很大帮助。同时，纷享销客拥有强大的半定制开发能力，也可称为定制实施功能，它将整个系统的框架已经做好，同时也搭建好了很多自定义的对象，客户可以根据自身的需求，轻松而自由地搭建适合自身业务模式的生态系统。

陈文楚说，“纷享销客给我一个很好的印象，2亿美金的注册资金，一辈子用心做好一件事”。如今，必达的派工

单、付费申请单，以及其他众多流程、表单、报表等，都是通过纷享销客系统的自定义对象完成的。而在之前，都需要求助于供应商帮忙修改，效率很低。

4 周期性迭代，更快捕捉客户需求

纷享销客有60多万家企业用户，为满足客户不断变化的需求，几乎每个月都有一次更新迭代。而这60多万家企业用户提出的众多需求也可能是必达此类的客户恰好需要的，不仅为必达节约了工作时间，也能很好的为必达管理的改善提供指导，这就进入了一个良性循环。

5 BI报表管理，数据汇总实时掌握

在没有使用纷享销客之前，必达的数据报表统计非常复杂，需要安排专人找相关的人员统计很久，才能做出一个相对精准的数据。但在送达领导查阅时，可能领导需要花费两天的时间去查看，而此刻实时的数据信息又变了，时间上的延迟性导致管理层无法查看到最新数据

信息。纷享销客具有强大的报表功能，通过它，可以捕捉到必达每次的订单、客户、回款以及开票的数据，按键一点，即可获取最新报表，能够即时帮助企业分析销售、经营和销售效能情况，为企业决策者提供决策依据。“我打算给我们董事长和总经理也增加观察者的权限，以后要报表的时候，也不需要找我了，只需要在系统里点开这个报表，就可以看到想要的的数据”，陈文楚笑称。

必达与纷享销客的合作源自2017年，先从OA（销售协同）功能开始，第一批的CRM用户大概有50个，再追加至90个，目前，必达也在规划把纷享销客系统推广至全国的一千多家代理商。也就是说，未来必达的一千多家代理商也将使用纷享销客系统。在此过程中，必达现在每个月的活跃度已超过25天。

“纷享销客的管理效率给我们必达提供了很大的帮助，两家合作之间，我觉得这是一个管理的进步。”陈文楚表示。基于前期的默契，必达与纷享销客的合作有望更为紧密，同时，两者的合作也将带给彼此更大的回报，未来，我们拭目以待。





连接型CRM最佳实践：

纷享销客 助力 双环传动 成就制造业转型典范

公司数字化转型的第一要务，是要把数字化营销先做好。如果说成功的智能制造实施，给企业带来的是节流，数字化营销则即可开源、也可节流。而针对数字化营销，双环传动看中了CRM系统是实现关键作用的控制点。

1 制造企业数字化转型领导者

成立于1980年的双环传动，发展至今已有三十多年的历史。三十多年来，双环传动始终专注于机械传动齿轮的研发、设计、制造与销售，形成涵盖传统汽车、电动汽车、高铁轨道交通、非道路机械、摩托车及沙滩车、电动工具及工业机器人等多个领域门类齐全的产品结构，已经成为全球具有相当生产规模和实力的主要齿轮散件专业制造企业之一。

在中国制造2025的背景下，制造企业数字化转型正当时，而双环传动也位列转型的先锋队伍之中。据双环传动CIO张辉介绍，早在2010年，双环传动的信息化已经达到了较高的应用水平，2017年至今，双环传动全面开展了企业数字化转型工作，标志事件是成立了集团信息管理中心，并重新规划了面向未来的集团信息系统，启动建设企业数字大脑，为了确保公司数据流的准确性、实时性和一致性，并且将原有复杂的26个系统集成成8个模块，降低复杂度。

张辉表示，最终，通过和纷享销客CRM系统的合作，双环传动得到了三个层次的提高。

第一，公司内部和外部的效率和利润增加。

第二，促进了双环传动从原来的产品和产能为中心，转成现在的以客户为中心的组织。

第三，公司从原来的制造业企业，经过数字化转型，走向了制造业服务化。



2 “端对端”流程再造是制造业数字化转型的基石

在数字化转型的道路上，双环传动一直强调的是以客户为中心。无论是阿里和华为，企业的基本都是以客户为中心，没有制造能力没关系，苹果一样是全球市值最高的企业；但是没有了客户，任何企业就失去了存在的价值。

围绕客户和需求，企业通过端到端的三条核心业务流程IPD、LTC、ITR日复一日地运转，最终形成了企业的三大报表，企业的绩效。所以，包括营业额、毛利率、库存周转率、现金流，所有绩效的提升，都来自于对这三条流程的改进。

具体到双环传动身上，张辉认为，以双环传动的客户汽车行业来看，目前，整车厂数字化带动了全行业的数字化，双环传动的顶尖客户都要求实现产品零缺陷，同时，产品也要能够定制化、小批量多品种、快速交付，也需要与客户、客户的客户进行协同开发，因此，快速变化的市场，使得双环传动必须提前获知市场信息，准确预测方向。

张辉强调，把握LTC 流程是企业的核心。客户应该是企业端到端流程的起点和终点。

客户商机、项目、订单是企业数字化的开端，首先，只有客户订单准确了，企业的计划和排产才可能准确，存货才可能得到有效控制。其次，订单有利润了，企业跟客户才能长期合作共赢，最终，只有订单准确了，回款才可能及时可见。LTC流程的高效和稳定，企业才可能投入研发，实现创新、转型，得到高价值客户的高满意度，赢得市场竞争。

在建立好上述思维之后，张辉认为，公司数字化转型的第一要务，是要把数字化营销先做好。如果说成功的智能制造实施，给企业带来的是节流，数字化营销则即可开源、也可节流。而针对数字化营销，双环传动看中了CRM系统是实现关键作用的控制点。

3 携手纷享销客 向服务型制造业成功转型

在谈到与纷享销客的合作，张辉表示，双环传动在认定利用CRM推动公司数字化营销升级之后，就开始制定需求。主要有以下三个方面。

第一，营销运营数据的沉淀，线索、商机、项目、投标、谈判、合同、交付、回款、抱怨、投诉等，包括客户、联系人主数据的及时维护。

第二，绩效归总与推送，例如：客户回款的每日推送。比如：客户价值分析——可以从收益、成长、安全、流动、生产等五个维度以雷达图的形式直观呈现，便于营销管理人员快速对客户制定举措。同样，双环传动可以从项目、订单、产品、销售组织等多个对象采取多维视图加以分析。

第三，有了营销数据的沉淀，双环传动可以持续对市场、产品和营销策略进行细化分析，快速决策。

在CRM功能模块的设计上，双环传动根据业务需求，设计了评分系统、订单管理、VMI供应商管理库存数据提报、数据报表四个模块。

最终，通过和纷享销客CRM系统的合作，双环传动得到了三个层次的提高：

第一，公司内部和外部的效率和利润增加。

第二，促进了双环传动从原来的产品和产能为中心，转成现在的以客户为中心的组织。

第三，公司从原来的制造业企业，经过数字化转型，走向了制造业服务化。



连接型CRM最佳实践：

纷享销客 助力 万马集团 振翅高飞 搏击长空

“纷享销客连接型CRM让万马有鹰一样的眼睛，振翅高飞，搏击长空。”实现了“从游击战到阵地战、狩猎型到农耕型以及从全面撒网向重点捕鱼”的华丽转型，最终构建了以客户为中心的企业经营价值链，将客户的需求、设计、采购、仓储、制造、发运、渠道整条供应链连接起来，真正实现了公司内部以及与上下游伙伴之间的互联互通。

1 困境中的思索

万马集团是一家多元化企业，主要业务涉及新材料、新能源、房地产开发、供应链金融、国际贸易等领域。在电缆板块，万马的客户大多为一次性客户，在此过程中，想要实现对客户商机的全过程管理，往往面临多种复杂性。

近年来，电缆市场集中度不断增加，竞争日益加剧，想在激烈的角逐中获胜，如何应对复杂的市场竞争环境至关重要。对于万马来说，不仅要利用自身的品牌及资金优势，抓住新时代赋予的机遇，还要克服内部工作流程不畅、信息化弱、缺乏市场应对机制等劣势。从另一个角度，万马对客户的把控较弱，在营销方面同样支撑乏力。同时，还面临着销售管理的挑战：一是公司远离市场端，对商机的把控力度不足；二是公司的交付不够及时；三是无法精准掌握用户的交付需求；四是以自费业务员为主，业务员更像合作伙伴，不像员工。

面对种种困境，万马希望在行业特性及产品差异化的境况下，能够基于供应链作出快速的市场反应，并打通公司内部、用户、客户之间的壁垒，实现信息的互联互通。同时，打破过去对销售管理及营销掌控乏力的困局。过去，销售人员规范管理一直处于一盘散沙的状态，控制薄弱，无法知晓销售人员的工作行为，销售记录也无从追踪；另外，对于招投标，商机线索、订单来源、利润、丢单原因等问题都曾是万马领导层想深入探究及亟待解决的。



2 助力万马集团振翅高飞，搏击长空

通过纷享销客连接型CRM系统，上述问题迎刃而解。万马实现了“从游击战到阵地战、狩猎型到农耕型以及从全面撒网向重点捕鱼”的华丽转型；不仅从服务上形成了一体化信息服务平台，能够更快速地服务于客户与市场，产品也愈发多元化，经销商产品实现了结构性转型，形成了多种产品形态结构并存的商贸综合体。同时，获利模式也从单纯的差价向产品综合毛利转型。



另外，CRM系统也为万马企业内部管理提供了强大的IT支撑。过去分散的应用系统和部门级应用，以及参差不齐的规划及部门管理曾一度成为万马前进道路上的阻碍，目前已实现了从分散型向智慧型企业的转变，从数据到信息、管理、行动、利润，能够随时随地实现业务管理、分析和监控。同时亦可对企业研发、销售、运营、物流等进行全方位的监控、分析，实现实时对企业的绩效优化。创新的IT技术驱动了万马业务的鼎故革新，使其日益成长为能够迅速响应市场变化的能量型企业。“纷享销客连接型CRM让万马有鹰一样的眼睛，振翅高飞，搏击长空。”万马集团CIO黄志虹不由称赞道。

万马与纷享销客携手后，最终构建了以客户为中心的企业经营价值链，将客户的需求、设计、采购、仓储、制造、发运、渠道整条供应链连接起来，真正实现了公司内部以及与上下游伙伴之间的互联互通，以便能够基于供应链产生快速的市场反应，在市场的迅速变化与竞争中脱颖而出。纷享销客也在又一次的实践中持续成长，像鹰的眼睛一样洞察万物，助力客户高飞远行。

连接型CRM最佳实践：

纷享销客 助力 声博士 成就市场传奇

声音很像空气和阳光，无比重要又往往不被人们意识到它的特别。但对于一场大型赛事或演出来说，完美的声光电解决方案中，必要的噪音处理、声场优化等是项目打前站的重要一课。瞄准声场优化这一市场，成立于2008年的广州声博士声学技术有限公司历经10年发展，以其过硬的技术能力、全面的解决方案和持续的优化创新成为声学领域具有全球影响力的科研型企业，旗下产品已广泛应用于航天航空、军工、船舶、高铁、汽车、桥梁、地产、酒店、医疗、体育场馆、教育空间等领域。在中国，声博士也已发展成为中国隔音行业排名前三的供应商，是舞台演艺设备行业中的重要一员。



“十年磨一剑。”回想起这十年，广州声博士声学技术有限公司市场部总监王加夏总结道。

1 坚持初心，成就发展

在创业第二年，声博士推出了第一代产品“便捷声学模块”，在行业会议上发布该产品后却遭到冷遇，专家和观众都认为“不可行，不可用，不可靠。”团队士气也跌落了不少。“但我们的创始团队认为，便捷声学优化肯定是一个未来，不被认可不代表它不是趋势。到2019年，整个建筑声学领域无一例外地都往整体‘便捷声学’模块方向上靠拢，我们为我们当初的坚定感到挺自豪的。”王加夏说。

认清方向，坚持初心。创业十年后声博士在硬件规模、产品种类等方面均发展成全球第一。目前的五大解决方案方向（吸声、隔声、减振、阻尼、扩散）全面覆盖了声场优化的需求，产品专利、应用型专利数量也达到了行业第一。赢得市场的同时，声博士也在建筑声学等领域实现了品牌的沉淀。

但机会和挑战总是并存的，对于声博士来说，随着企业规模的扩大、产品、营销协作人员数量的急速增长，加上其业务的开展往往需要通过合作伙伴参与到各类工程的投标项目中，在企业内部协作管理，外部项目的获取，以及与合作伙伴的高效沟通、项目跟进协同、工程建设进度和回款的把控等方面，原有的业务管理模式很难再完美支撑各种需求。

“

从2015年开始，声博士与纷享销客达成深度合作，将“连接企业一切，连接一切企业”这个理念推到了实处，真正解决了声博士管理和营销上的痛点。”王加夏颇为感慨地说，“如今，提升了内、外部协作效率和优化管理，声博士在2016-2018年实现了营销额每年增长一倍。”

”

为了解决上述问题，从2015年开始，声博士与纷享销客达成深度合作，将“连接企业一切，连接一切企业”这个理念推到了实处，真正解决了声博士管理和营销上的痛点。”王加夏颇为感慨地说，“如今，提升了内、外部协作效率和优化管理，声博士在2016-2018年实现了营销额每年增长一倍。”

2 企业规模扩张 协作与管理最关键

如同每一个快速发展的企业一样，声博士也遇到了业务管理和内外部协作的难题。

“当下声博士的硬件规模、产品种类都达到了全球领先规模，我们目前最想解决的问题，是发展初期的粗放型管理已经难以适应企业规模增长，这让协作效率变低，营销在很多环节都受到影响。”王加夏坦言，“声博士希望有一个完善的系统解决方案，可以把我们在管理、营销上出现的多个痛点都能解决掉，除了让我们自身受益，也能让合作伙伴受益。”

3 两大销售管理痛点逐一击破

“信息不流通，销售团队之间协同效率降低”，这是声博士面临的第一大问题。

王加夏表示，“那时的声博士还处于，团队成员彼此必须要面对面才能解决某些问题。但选择连接型CRM方案后，很容易就实现了团队成员在任何地点、任何时间协作的需求。

“信息不沉淀，信息不透明”，这是声博士面临的第二大问题。

“团队成员之间产生的所有工作信息流，往往很难找

回，另一方面，之前所有的业务信息并不透明和清晰，我们希望所有信息实现数据化，并且快速、清晰、透明。”王加夏明确指出自家销售管理的痛点。

如今，在完善了“销售管理”能力之后，声博士实现了销售全流程数据保留、BI报表圈数据统计分析，可随时掌握公司销售、经营和销售效能情况，在业务管理上有了全面的数据支撑，并进一步全面分析业务发展、营销的各环节问题。

4 业务互联： 不仅仅让企业内部收益

在解决内部管理和营销环节问题的同时，声博士也认识到协同渠道商、客户、上下游合作商等企业外部连接的重要性。

对此，王加夏分析：“与企业外部协同的重要性，我们之前在管理和产业合作中没有特别思考过，但是纷享销客帮我们考虑到了，并且真正改善了外部互联中遇到的问题。这样的体验，真的很棒！”

“目前我们通过CRM系统中的‘互联方案’可以实现企业互联、客户互联，甚至互联到微信端，并实现了订货、培训、销售环节的数据上报，同时让上下游软件形成了高效业务协作。且与客户互联也覆盖了售前、售中、售后全业务场景。”

5 探索无涯 合作再加深

“连接一切企业，连接企业一切。其实对这句话，我们一开始认知不深。但随着几大诉求逐一被解决，我们理解了这句理念的精髓。

第一是管理好企业内部，不把每个人当成孤立的个体，而是通过OA-CRM合作成一个整体，也同时把市场目标连接起来。

第二，也用类似的逻辑把我们和合作伙伴、客户连接在一起，实现高效的共同发展。第三，希望也能通过高效的协作把整个产业连接在一起，这是一个非常大的课题，但我认为很快可以实现，使产业资源做到更好地协调和调配。”

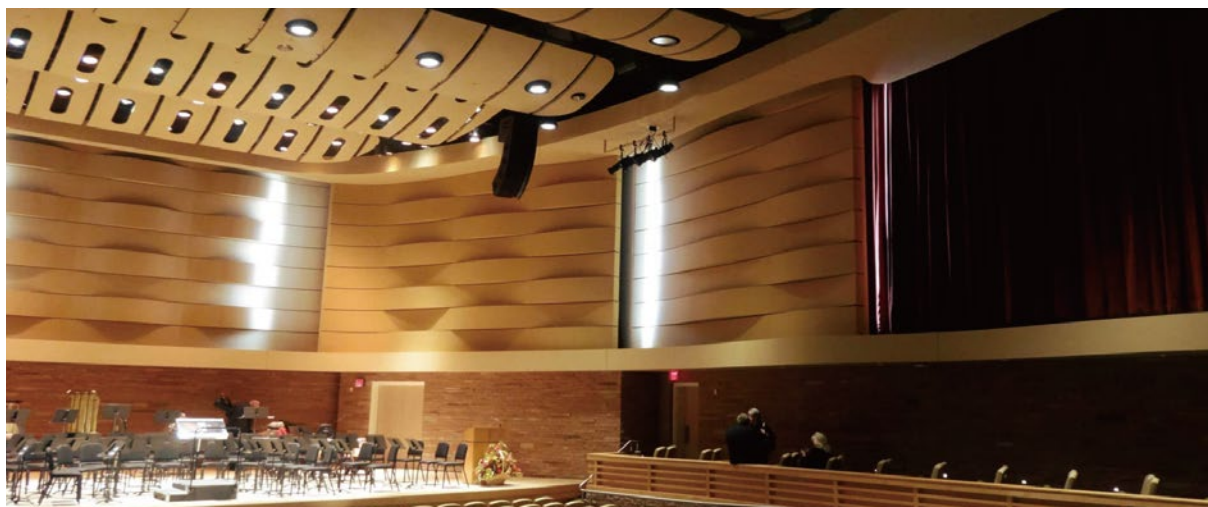
对于未来的更深层合作，声博士也将借助于CRM实现三个层次的提升。

第一层次：通过效率工具，实现管理升级、持续改进运营效率。

第二层次：赋能器及使能器，开展培训、轻咨询，向效率工具融合兼容。

第三层次：链接生态及资源，对接资本、人力、客户、上下游伙伴，高效共享战略资讯等。

科学的研究，科学的管理，一直是企业发展的永恒话题。纷享销客正在助力声博士持续优化管理和商业能力，解锁更多机遇。





连接型CRM最佳实践：

纷享销客 助力 东方一哥 打造绿色可持续发展精细化工企业

环保新材料关系到每一个小家的幸福，身负重任的环保材料研发企业在前行中不断审视自己，持续探索、勇于变革，探求企业绿色可持续发展之路。纷享销客牵手新材料研发企业广东东方一哥新材料股份有限公司，赋能新发展，为健康护航。

作为新材料的老牌研发企业，东方一哥已经走过了20多年的风雨，主要致力于专业研发生产水性聚氨酯、鞋胶、喷胶等环保化工产品，为生产企业提供定制化的环保交联剂解决方案，先后已拥有一哥和德力两个知名品牌，产品远销国内外。背负着初心与使命，东方一哥始终将“环保、生态、绿色”作为一贯发展方向。早在国家倡导环保行业规范化运作之前，东方一哥便投入巨大的人力、物力、资金进行环保无毒的水性产品研发，并获得了业内一致好评，销售业绩也始终保持着稳健的增长态势，并连续十年荣获经济突出贡献奖和科技进步奖。

1 坚持初心，成就发展

初心未改，砥砺前行。迅猛发展中的东方一哥，正行走在IPO的路上，将企业建设成为高产出、高附加值、可持续发展的精细化工企业是期望和梦想，也是初心牵系所在。进入发展快车道的东方一哥，用户增长态势喜人，高标准、规范化的管理需求亟待满足。谈及与纷享销客合作前夕，东方一哥营销总监周根基深有感触的说：“我们之前也使用过其他厂家的系统，但功能比较单一，不太适合我们使用。”恰好，东方一哥的一位客户老朋友推荐了自己正在使用的纷享销客连接型CRM系统，经过深入了解，发现与东方一哥的需求完美对标，双方的合作顺理成章。



“

迅猛发展中的东方一哥经过深入了解，最终选型纷享销客。高标准、规范化的管理需求得以满足，销售业绩始终保持稳健增长态势。

”

2 精细化管理,提高销售效能

东方一哥销售的绩效和考核主要分为业绩和商机管理两部分,特别是对客户商机管理的精确度和数据管理要求比较高。通过纷享销客连接型CRM系统进行分销管理和终端工厂的管理,完成了从获客管理、市场活动、线索管理、客户公海、商机跟进、成交回款、售后服务、二次成交等全销售链条的可控性管理。此外,通过强大的自定义功能,东方一哥根据自身业务需求灵活定制打造了样品发放、服务工单审批流和工作流等工具,用于日常业务的开展及管理。

习惯了温水中的安逸,变革总会带来阵痛。东方一哥引入纷享销客的前期,原本的固有工作模式被打破,一切都要重新开始,销售员工对全新的系统不适应,甚至是抗拒的。纷享销客工作人员多次造访,对东方一哥员工进行针对性培训,期间,东方一哥总经理林总也亲自出马,鼓励员工尝试新鲜事物。他表示:“无论是意识还是管理方式,我们都要走在行业的前端,时代是不等人的,不动脑袋就动屁股。”

通过纷享销客连接型CRM系统,东方一哥逐步实现了无纸化办公,数据统计分析、整理也更为规范化,整体效能显著提升。“我们使用纷享销客已经三年多了,在这个过程中,我们越来越发觉到它的好处……未来我们希望把这个好的系统和理念不断介绍和灌输给我们区域内的一些好的企业。”周根基欣慰道。好的合作一定是互利共赢的,纷享销客和东方一哥正携手并进在数字化转型的路上,见证着新技术带来的巨大改变。

“

通过纷享销客连接型CRM完成了从获客管理、市场活动、线索管理、客户公海、商机跟进、成交回款、售后服务、二次成交等全销售链条的可控性管理……

”





连接型CRM最佳实践：

纷享销客 助力 中华制漆 实现企业精细化运营

告别2019，迈入2020，就是中华制漆成立的88周年了，作为一家民族制造企业，中华制漆一直以“发展民族工业 创造彩色人生”为自己的企业使命。中华制漆不仅在涂装行业取得了瞩目的成绩，同时也因打造了先进的数字化管理平台，得以在企业精细化管理上处于业界领先。

1 坚持初心，成就发展

乘信息技术之东风 民族制造业打造创新管理模式
1932年，中华制漆在香港创立，80多年峥嵘岁月，80多年口口相传，中华制漆始终视品质如生命，铸就了今天在涂料行业的稳固地位，在消费者心目中的信赖品牌。

目前，中华制漆在中国大陆已设立4家生产基地，主要经营油漆、涂料、涂刷装修辅料产品及其相应服务。公司旗下品牌有长颈鹿漆、菊花漆、玩具牌、中漆、蓝箭、海诺威、ZICERA、金菊花，产品销售网络遍布世界各地。

作为系统的涂装问题解决方案的提供者，中华制漆将产品及服务成功应用于包括房屋建筑、家具涂刷、城市道路、公共建筑、高速铁路、工程机械、机场、水利设施等众多领域，中华制漆产品解决方案的优良应用效果，获得了用户及社会各界的高度评价，并先后取得“香港名牌”、“广东省名牌产品”、“中国建筑涂料名牌奖”、“环保建筑涂料品牌奖”等称号。
中华制漆设立了民用漆、工业漆、工程漆三大事业部，采用直销和渠道两种销售模式。长期以来，中华制漆坚信任何企业的发展都离不开科学，离不开高新技

术，而随着信息技术助力制造业转型升级成为趋势，中华制漆也持续投放资源，提高产品质量和服务水平，比如，准备将传统的ERP系统，以及纸质化办公环境和人工业务流程，全面升级为数字化管理平台，最终实现企业精细化运营。

2 一次CRM改造，实现企业的健康可持续发展

经过对整个公司经营现状的综合诊断，尤其是对企业管理亟需升级的地方进行了精准画像，中华制漆决定先从搭建CRM管理平台入手，比如：
第一，管理客户资源，需要将公司目前的客户资源进行数字化管理，便于梳理，造成客户资源浪费。
第二，建立信息化流程机制，公司目前仅有ERP系统，需要OA系统来对公司内部的流程进行管理，也可替代纸质办公。
第三，实现业务协作，改变公司销售人员或其他业务人员沟通只能靠电话的方式，利用管理平台的沟通功能，让各部门及各个同事之间协作更方便、高效，并且能实现移动办公，移动处理各个业务。

中华制漆的管理层意识到，企业各个部门的运营能



力,甚至是管理效率不佳,最终会造成市场数据滞后,导致不能第一时间调整产品策略,内部信息传递低效也会无法助力高效的销售管理,数据分析不准确带来的管理决策失误,对于一个大规模企业来说,是健康可持续发展所面临的极大挑战,进行一次内部信息化系统的升级改造已经迫在眉睫。

3 精细化管理解决方案实现
节源又增效

对于CRM管理平台的选型,中华制漆十分慎重,在多次选型和评估之后,最终选择连接型CRM领导者纷享销客合作,打造中华制漆的数字化管理平台。

在合作过程中,纷享销客的三个核心技术能力得到了中华制漆的肯定,第一,纷享销客连接型CRM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,纷享销客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,开放API与系统集成等等。针对中华制漆的信息化现状和项目最终目标,纷享销客在深度理解需求后也制定了最终的解决方案。具体分为:

- 首先,资源沉淀解决方案,包括客户、样板、科学配方沉淀;
- 其次,流程管理解决方案,包括客户开户审核、样板申请、下单审批以及费用报销流程;
- 最后,是销售人员的行为数字化管理,包括拜访管理,以及对接ERP。

最终,建设完成的CRM平台,帮助中华制漆实现了实现资源充分利用(企业资源利用率提高,企业运营成本降低)、全员高效协作(跨部门协作效率提高,各部门工作人效提高,沟通反应速度达到秒级)以及企业精细化管理(数据报表为管理决策提供科学依据,移动APP实现轻便化办公)。

解决方案(产品应用)



2020

纷享销客SaaS CRM行业应用白皮书

Excellent Practices For Connected CRM

03

关于 纷享销客

About Fxiaoke



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；

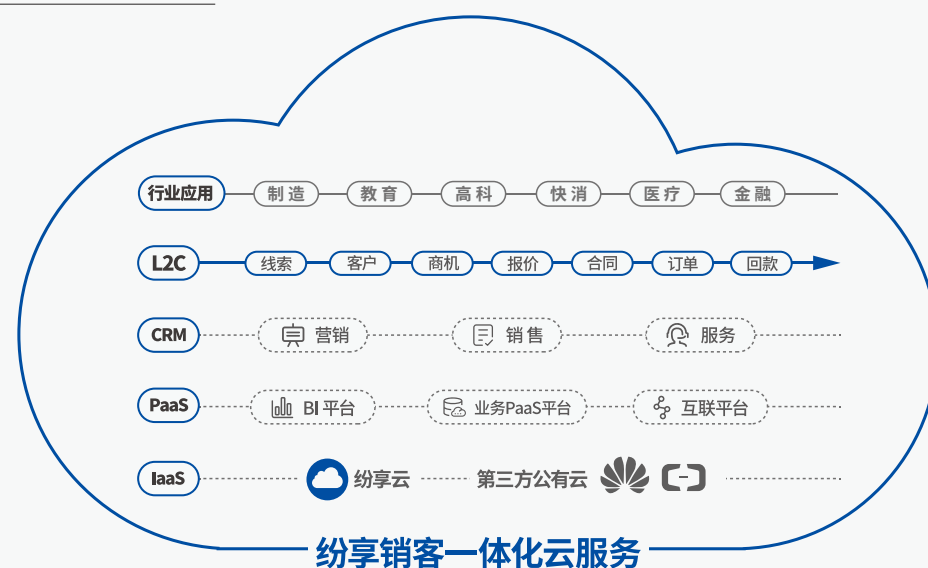
以PaaS平台/开放平台为能力支撑：满足企业业务对象、流程、权限等的定制化配置以及与内部IT系统的对接需求。

移动CRM CRM+协同 CRM+互联方案 CRM+微信

纷享销客CRM产品理念



纷享销客CRM产品架构



厂商&渠道的售前、售中、售后的数字化闭环管理



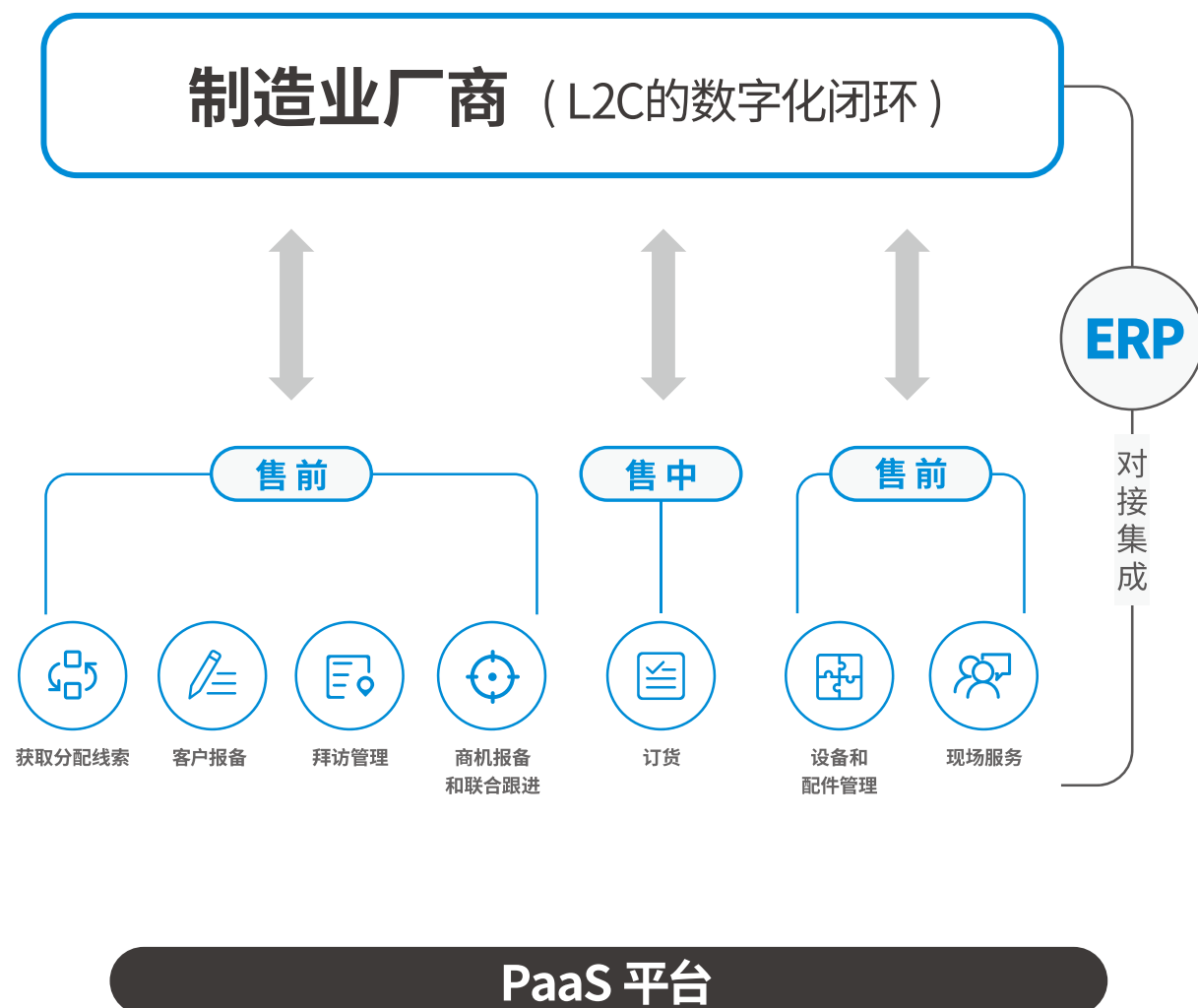
与渠道商在售前/售中/售后
全流程协同，高效合作



在线渠道B2B订货，实时分析销量数据
全面洞察渠道动态



一体化管理内外部工单业务
提升服务质量、降低服务成本



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