



8thManage[®] 客户信息

- 随时随地均可访问
- 信息覆盖的广度
- 信息覆盖的深度
- 客户细分与消费行为分析

瞬息万变是当今商业环境唯一不变的主题。商业竞争越来越激烈，您必须充分利用每一个商机，将其转化为收入，才能始终走在竞争对手前面。一个好的客户信息和联系人管理系统是您实现这一目标的第一步。

好的客户信息和联系人管理系统的标准

什么样的管理系统才是好的客户信息和联系人管理系统？为什么好的客户信息和联系人管理系统会帮助您获得成功？

好的客户和联系人管理系统能够帮助您快速定位最新的、可靠的和有效的客户信息，这些信息可帮助您识别、争取和追踪机会，并高效地达成交易。

当您争取到一个新的潜在客户时，您一定想知道这个潜在客户的详细信息，比如，这个潜在客户的法律状况、财务 / 信用状况如何，他 / 她是否已通过审核而成为符合要求的潜在客户，他 / 她是否曾购买过类似的产品或服务；如果您曾与这个客户有过类似的交易，您还可能想知道当时是如何成功达成交易的以及现在是否可以再次成功赢得交易；如果您之前没有达成交易，您可能就会想知道您该如何才能把握住这次机会……

信息必须有一定的广度，起码应该涵盖客户公司的组织结构及各个员工的角色，客户公司的购买行为、财务 / 信贷信息及交易记录等。有了这些信息，您才能明白这个机会将带来的利益、责任以及风险，同时也更有利于制定战略和计划去争取这个机会。

信息必须有一定的深度，除了基本的联系信息，还应包含联系人的个人信息，如学历、社会关系、所获奖励、兴趣爱好、婚姻状况、出生日期，乃至有多少个孩子以及孩子们的出生日期。利用这些详尽的客户信息，用户可以针对特定的目标客户开展特定的、个性化的营销活动。例如，某位营销专员负责在英国发布一款新型电脑，她希望邀请一些高级管理人员参加发布活动。为此，她可以这样设计：参加这次发布活动，即有机会赢得两张温布顿网球赛门票。这时，借助 8thManage CRM 的嵌入式商业智能功能，只需设置查询条件：国家 = 英国、职位 = 首席 XX 官、兴趣 = 网球，就可以在联系人数据库中轻松地搜索到相关的信息。使用这种方法，这位营销专员可能会吸引到对网球感兴趣的英国籍首席 XX 官来登记参加这次发布活动。



信息覆盖的广度:

- 联系信息
- 个人信息
- 客户消费行为信息
- 特别信息

信息覆盖的广度

8thManage CRM 提供了非常全面的客户信息资料库和丰富的检索条件,帮助您快速找到所需的信息,其中包括:

- 基本信息,如公司名称、联系方式、客户的购买兴趣、负责跟进此客户的小组成员等
- 客户公司的组织结构,包括母公司和子公司
- 公司的法律状况及其作为一个客户对我们的价值
- 客户的财务和信用状况、购买行为和交易记录,如客户收到报价单后多久才付款,有没有逾期付款或拖延付款的情况等

另外,如果是公司类型的客户,8thManage CRM 则可以助您存储、管理和检索客户公司联系人的详细信息,其中包括:

- 详尽的联系信息,如姓名、地址、电话号码和电子邮件地址等
- 个人信息,如技能、学历、社会关系、所获奖励和家庭信息等。其中,家庭信息包括配偶的姓名、职业,孩子的姓名和年龄,以及家庭成员的生日等
- 个人兴趣爱好和消费行为信息,如喜欢的讲座主题、喜欢的杂志、运动等。此外,8thManage CRM 支持自定义字段,您可以根据实际需要自定义需要的字段

使用 8thManage CRM 管理客户和联系人信息,简单方便,灵活易用。此外,8thManage CRM 可以设置每个用户对信息浏览和访问的权限,确保信息的安全。

信息覆盖的深度

8thManage CRM 对客户信息的存储和管理既有广度也有深度。除了可以全面管理客户和联系人的个人信息之外,8thManage CRM 还可以有效地管理客户绩效信息和客户交易信息,帮助您充分了解和掌握客户的商业行为,快速做出决策,抓住并高效地管理商机。在 8thManage CRM 中,被授权的用户可以访问特定客户的绩效信息和交易信息,其中包括:

- 沟通和行动记录
- 收入绩效,包括完整的过往所有销售单的详细记录,以及这些销售单在所属订单或合约中的收款状况
- 机会(含有链接,用户可根据需要点击链接查看详细的信息)
- 合约和订单(系统会详细记录该客户所有的合约和采购订单,并且每个记录都含有链接以供查看详细的信息)
- 客户咨询单(系统会详细记录该客户提交的所有咨询单及这些咨询单的状态)



信息覆盖的深度:

- 客户沟通
- 客户机会
- 客户合约与订单
- 客户收入绩效
- 客户咨询单

使用8thManage®商业智能开拓新的商机

8thManage CRM 提供嵌入式商业智能技术,可帮助企业轻松地获取、分解和分析客户以及客户联系人的信息。使用 8thManage CRM 的系统管理设置功能,用户可以先制作一张由选择题组成的问卷,然后将这张问卷保存到 8thManage CRM 的客户消费行为数据库。使用 8thManage CRM 的电子调查功能,用户可以轻松创建一个易于使用、基于网页的含有复选框问题的调查问卷。通过这一网页形式的调查问卷,8thManage 可以自动收集客户的反馈信息,并将这些信息直接更新到客户数据库。使用 8thManage CRM 的电子邮件营销功能,用户可以向大量的目标受众发送电子邮件,邀请他们点击链接,访问网站,参与在线调查。这样,无需任何软件开发,用户就可以成功部署一个定制化的数据采集系统,数小时内,用户就可以开始在线上获取有价值的客户消费行为数据。

通过不同渠道获取的客户消费行为数据可用于生成标准分析报告,也可通过 8thManage CRM 搜索引擎的查询,生成定制化的市场细分报告。

这种功能的价值是显而易见的。使用 8thManage CRM 的商业智能系统,用户无需大费周折,即可以最低的市场营销与销售成本做到:

- 识别适合某一特定产品或服务的客户
- 识别适合某一类客户的产品或服务
- 识别产品或服务最受客户欢迎的属性,以便您能围绕这些属性打造出最优的产品或服务

如上所述,我们已经举例说明了使用 8thManage CRM 嵌入式的商业智能功能可以识别出热爱网球的英国高级经理正是商品发布会的潜在与会者,也可以针对这一特定群体展开一次电子邮件营销活动,邀请他们参加产品发布会,同时为他们提供赢取两张温布顿网球赛入场券的机会。

这个概念很简单:8thManage CRM 内嵌的各项技术能助您轻松实现市场营销自动化。8thManage 帮助您有效管理大量的客户消费行为信息,您可以根据具体需要来使用这些信息。并且,8thManage CRM 的电子邮件营销功能与嵌入式商业智能组合,会使您的市场营销活动如虎添翼,事半功倍。与将客户联系人名单委托给邮件服务供应商不同,8thManage CRM 的电子邮件营销工具可让您在完全保密且不增加任何额外成本的情况下轻松实现电子邮件营销自动化。

8thManage® 商业智能的价值:

- 识别适合新产品的客户
- 识别适合客户的新产品或新服务
- 识别适合新兴市场的新的产品属性

总结

8thManage CRM 客户信息和联系人管理兼具广度和深度, 帮助您在—个系统里全面统筹管理所有的客户信息。并且, 8thManage CRM 提供灵活易用的机制, 用户无需进行编码即可根据需要定义所需的字段, 快速适应业务的发展。

8thManage CRM 采用信息实时交互的模式, 并以用户角色为基础, 设置其对各项信息的浏览和访问权限, 确保用户可以安全快速地获取准确、全面且实时的信息。

www.wisagotech.cn

North, Central & South Americas

438 Red Birch Court
Ridgewood, NJ 07450, USA
T: (1)201-882-2447

销售咨询: sales@wisagotech.com

亚太地区

香港上环德辅道西103-9号乐基商业中心27楼02-06室
电话: (852) 34980609

中国

广州市天河北路689号光大银行大厦16楼E1
邮编: 510630
电话: (86) 20-38730570