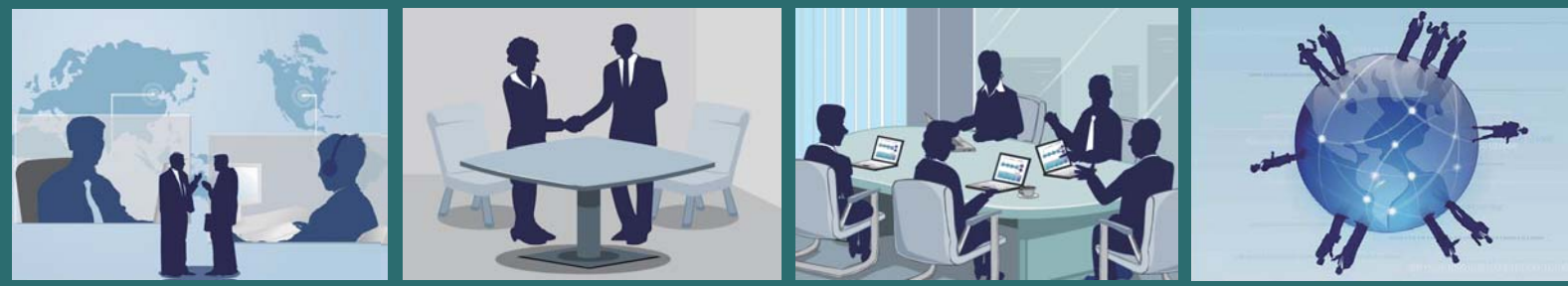


新经济，新CRM

一个系统一个设计，开拓改革之旅



1 新经济形势下的CRM定位

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，只有具有前瞻性、灵活性的商家才能捕捉更多的商机。他们使用商业智能工具分析实时数据、选择最佳方案、快速做出决策，从而始终走在竞争对手前面。

传统的供应链式的经济已经逐渐消退，取而代之的是知识经济。商家的成功也不再取决于库存能力和出货多少，而在于能否获得最有用的信息，做出明智决策，以及能否在合同规定的时间与费用内交付里程碑。

全球化和外包浪潮带来了前所未有的机遇和挑战，要求商家必须使用更加专业的方法。每时每刻，决策者们都会启动数百万美元的外包项目，然而，几乎没有任何工具能帮他们充分地计划、执行、测量和控制这些项目。那些曾让人寄予厚望的老一代商业应用软件早已跟不上商业发展的步伐，也起不到什么帮助作用了。

市场上到处充斥着以下现象：传统商业解决方案供应商在挣扎着对老一代系统修修补补，以期能延长其应用年限；大的软件供应商不断兼并小型软件供应商，将不同的软件拼凑起来，以期通过这种昂贵的做法达到其协同工作的能力，并在市场上高喊“卓越管理”的口号，声称这一做法取得了“成功”。

这些1972年遗留下来的“Cash Cow”也给了新而有能力的供应商一个机会。它们可以以新的解决方案和架构来满足新一代商业管理的需求，同时也大大降低了总体成本和性能限制。而这些都是老一代系统所望尘莫及的。

8thManage便是其中的佼佼者。基于“一个系统一个设计”的架构，支持端到端的整个业务流程，其功能可以满足当今的所有主要业务需求。8thManage提供和传统商业应用系统的接口，能和其集成以满足所有应用领域的需求。8thManage完整版本提供了全面而强大的功能，但其模块化的设计也能让用户选择不同的模块许可，获得最佳的功能组合而达到最高的成本效益比。另一方面，8thManage内嵌的系统架构也为用户带来了诸多好处，如保证数据的完整性、透明度和时效性；用户若需扩展功能模块，只要在后台做些权限设置即可，从而让用户更方便地使用系统，而无需再次培训或学习一个全新的系统。

8thManage的整体商务解决方案提供了全面而强大的功能。基于“一个系统一个设计”架构下的CRM套装方案用户也能使用这些丰富的功能。一般有以下几个版本可供选择：

版本	用户类型	
销售队伍增强版	销售代表	销售自动化、报价单管理、销售电话预定、活动报告和预定、订单/合同管理、交付状态、销售主管概览。
8thManage BIS 商务版	销售经理 营销经理	营销活动费用管理、机会和收入会计管理、预算管理、预算分配、财务管理、销售/营销经理概览。
8thManage BIS 企业版	总经理 服务经理 项目经理	销售收入会计管理、财务状况、渠道伙伴管理、供应商评估、项目计划与执行、合同状态管理、主管要点关注、项目/服务经理概览。

2 超越自动化的卓越管理

8thManage方案支持端到端的整个业务流程，并提供了与最先进的项目管理解决方案完美结合的前端方案与后端方案。整个方案是一个统一、实时、基于网络的事务处理平台。一个系统一个设计的架构为事务处理提供了一个后端系统，能够进行充分的决策支持和执行控制。8thManage可以与传统的后端处理软件进行集成，并提供很好的补充。整个解决方案容易实施、可扩展性强、成本效益比高；而且整个方案无缝结合，极大的促进了卓越管理要求的透明度和敏捷度。透明度利于提升决策的质量，而敏捷度极大的提高了决策的时效性。两者都是卓越管理必不可少的因素。在“一个系统一个设计”的架构下，8thManage能帮助用户达到：

信息高度透明——直接提高透明度

8thManage把与组织结构、业务活动、财务指标等相关的所有业务数据都分别集成到OBS（组织分解结构）、WBS（工作分解结构）、FBS（财务分解结构）中。而OBS、WBS、FBS又相互结合，信息实时同步，形成8thManage BBS（业务分解结构）。BBS的一个绝佳例子为8thManage中的业务地图。业务地图以树型形式，清晰地提供了与上下层业务相关的路径。用户可以直接点击链接，层层深入，追踪到业务项交易层面的详细信息。另外，同样的数据也会直接或以KPI的形式显示在个人概览页面上。

数据完整性—通过减少不可靠数据，提高透明度

如何确保业务数据的真实性完整性是多数企业都面临的难题。如果数据本身是错误或不可靠的，在此基础上做出的决策的有效性也是值得怀疑的。在8thManage的设计理念下，数据重复或不一致等问题将得到解决；同时，系统能对所获取事务型数据进行及时的分析鉴别，确保用户所提供数据的真实性与完整性。

动态BBS（业务分解结构）—通过降低业务的复杂性，提高透明度

在8thManage架构中，所有的业务信息都分别集成到OBS、WBS和FBS中。OBS、WBS与FBS三者实时动态地保持同步，其中任何一者出现的信息变动都将即时反映到其他两者中，从而保证了业务信息的一致性。

应对全球化浪潮—通过降低全球化带来的复杂性，提高透明度和敏捷度

全球化的商业趋势依然在继续。在这个大背景下，企业业务可能外包给其他国家或地区的第三方去完成，而这些第三方可能有着不同的法规和风格。8thManage可以同时处理多种语言、多种货币、多种税务规则、多个日历、多项目、跨部门、跨机构及跨地域的业务。系统充分考虑了软硬件方面的需求，通过合理授权，使供应商、顾问、承包商、业务伙伴以及其他远距离的团队人员都可以通过因特网等TCP/IP网络使用8thManage，从而在这一业务平台上形成一个虚拟团队。

沟通管理—促进沟通，提高透明度

8thManage作为一个智能化的商业系统，支持自定义自动提醒和邮件通知功能，为用户及时提供各类信息，如：KPI、风险、各类预警、预先通知、未完成的承诺提醒，同时还可自动上报到上级经理。这些方法能协助用户在商机初现时及时把握机会，在问题初现端倪时及时加以解决。内置的即时信息、邮件及短信功能可让用户快速找到使用同一系统的所有用户，并进行及时沟通。

业务管理与项目管理的实时整合—通过减少对照更新业务数据和项目数据的需要，提高透明度和敏捷度

基于知识的业务交易越来越多，这也是全球化之外的另一商业趋势。这一趋势下，需求规格和绩效度量往往应用项目管理的方法。对成败的度量也取决于里程碑、进度完成情况和更复杂的测量方法，而不再是货物交付的数量。8thManage提供一个完整、实时的方案，协助用户在如此复杂的商业环境下快速做出决策并对执行情况进行控制。

系统实施简单—提高敏捷度

8thManage系统架构和菜单简单，界面设计精巧，内置强大的批量输入/输出功能、文档管理功能、各类模板以及各类培训课程、技术和用户支持等，这些都使得实施更加简单。一般来说，新系统几周内即可走马上线，而无需等待几个月去实施。

用户定制简单—提高敏捷度

不同的行业在数据需求、工作流和报表方面的运作都不同。8thManage为适应行业需求，提供了多种用户自定义配置：

用户定制	方法论
用户层面简单的“点击式”定制	无需设计、无需重新编译。
Admin层面简单的“点击式”定制	无需设计、无需重新编译、有Admin权限即可。
API 层面编程变更	编程稍作修改，无需重新编译。
代码层面编程变更	代码变更，需重新编译。

3 传统CRM功能

自动化是传统CRM系统的主要理念，自动化覆盖范围也成了衡量传统CRM系统的标准。

客户和客户联系人管理

8thManage以最佳的方式，组织和维护完整的客户及其联系人的相关信息。

功能	描述
组织架构图	将其联系人和管理信息，定义到客户的组织结构图，也可定义其下级机构的信息。
客户关注的产品、行销主题、行销事件	记录客户所关注的产品、行销主题和行销事件，可以用来进行相应的市场查询。
推荐信息	通过“推荐查证”和“给予推荐”功能记录双方相互推荐的信息。
联系人信息（包括其技能和兴趣信息）	将客户的联系人细分为常规、销售、行销、招标、技术、支持、法律、财务、交付/接受等方面的联系人，并记录其技能和兴趣信息。
财务摘要	记录客户财务方面的信息，如信用、财务报告，并支持相关文档上传和文档链接功能。
客户机会/策略信息	跟踪该客户相关的所有机会/策略，并可以通过步步点击，追踪到最详细的信息。
客户合约信息	跟踪该客户相关的所有合约/报价单，并可以通过步步点击，追踪到最详细的信息。
销售单和收款信息	跟踪发给该客户的所有销售单和其付款信息，并可设置其默认货币、默认销售税及收单人地址。
许可证信息	记录我方授予客户的许可证，以及从客户处获得的许可证。
变更请求	所有该客户提出的变更请求都记录在客户的“变更请求”页面，并记录采取措施的负责人。

销售自动化

8thManage CRM支持整个销售生命周期，包括潜在客户管理、营销自动化、机会/策略管理、区域管理、战略销售、团队销售和“每笔交易都是一个项目”的功能。提供在线获取潜在客户、管理潜在客户来源、管理潜在客户转化过程、给客户分派销售代表、定义职责、跟踪结果管理绩效等功能。同时，8thManage也提供完整的市场营销功能，通过市场细分到营销活动管理进行闭环市场营销。



功能	描述
潜在客户管理	潜在客户获取、潜在客户和联系人信息、为潜在客户分配销售代表、潜在客户资格审核和销售阶段转化、跟踪结果、实时潜在客户进展报告。
营销自动化	自动给潜在客户/客户分派销售代表、潜在客户/客户行销信息、市场查询、营销活动目标潜在客户。
机会/策略管理	机会/策略分析（竞争分析、价值主张、影响者、优势整合）、机会/策略费用控制、机会/策略回报衡量。
区域管理	明确每个潜在客户/客户所在的区域，用于市场查询功能。
战略销售	8thManage提供以下功能，帮助客户达到战略销售：竞争分析、价值主张、影响者分析、优势整合。
团队销售	定义销售组织架构、指定不同人员的角色和责任、设置团队和个人的收入目标、跟踪团队和个人收入业绩、承诺管理。
每笔交易都是一个项目	业务管理与项目管理实时整合、实时跟踪KPI、从交易到底层活动的因果关系跟踪。

市场营销活动管理

基于丰富、动态的客户和市场信息数据库，8thManage CRM支持按市场细分和关注点进行潜在客户查询，并且可为推向市场的活动或营销活动提供精确的信息，管理营销活动预算和支出，进行营销结果分析，并实时跟踪营销活动获得的潜在客户和机会。

• 存储和分析营销信息

8thManage详细记录每个客户营销相关的信息，如关注产品、行销主题、行销事件等。这样，通过各类查询条件，即可从数据库中找到目标客户群的信息。营销活动的相关材料和信息也可发送给目标客户，作进一步宣传。另外，8thManage还可生成各种市场报告以供分析。

• 营销活动管理

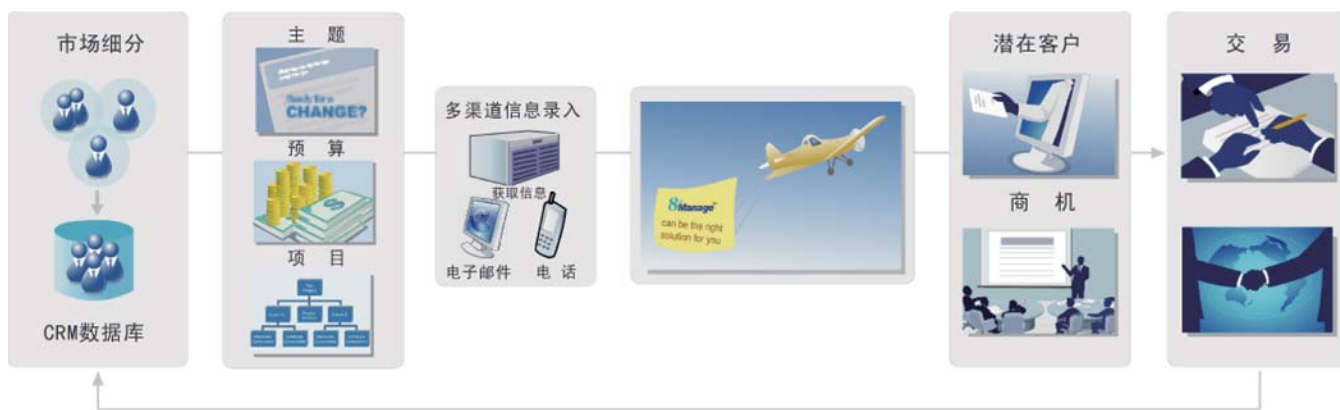
8thManage CRM 支持从计划到结束的整个营销活动生命周期。

功能	描述
详细的营销活动计划	在8thManage中，可以对营销活动做详细的计划。8thManage可以详细记录和维持：营销活动的负责人、进度计划、上一个机会/策略、营销主题、行业、产品/产品系列、目标受众类型、所涉及的项目、相关的问题和风险等信息。
营销活动预算和支出管理	8thManage采用动态的树状费用分解结构管理费用。费用分类可以根据需要进一步分解、自定义和规划。采购订单、收到的销售单、付款申请、以及与该营销活动相关的费用及开支都可以在8thManage中进行详细的记录和跟踪。
投资和回报跟踪	营销活动预期结果明确到量化的潜在客户、机会或收入的数量。8thManage实时更新迄今为止的最新结果，用户只需通过逐步点击，便可查看和追踪到最详细的信息。

潜在客户生成和管理

8thManage实现了整个潜在客户生成和管理过程的自动化，包括：在线潜在客户获取、潜在客户来源管理、潜在客户资格审核、潜在客户销售阶段转化、给潜在客户分派销售代表、结果管理、绩效管理等等。8thManage最大限度地优化了从获取潜在客户到客户转化完

功能	描述
潜在客户来源管理与获得	将潜在客户来源分类，以便评估不同类别来源的有效性。另外，也可以按来源获取潜在客户。
进行潜在客户资格审核并完成潜在客户转化	(1) 根据不同的业务单元或产品线，自定义资格审核过程，对潜在客户进行过滤，以便鉴别哪些是合格的潜在客户，哪些不是； (2) 支持通过销售漏斗将潜在客户转化为客户的整个流程，最大限度地节省资源，提高客户转化的效率。
明确责任，为客户分派销售代表	通过无缝对接的流程帮助用户为其客户分派销售代表，并定义其销售区域；确保不会遗漏任何客户信息。
跟踪结果，管理绩效	跟踪从潜在客户创建到完成客户转化的整个流程，同时也通过新潜在客户报表、特殊处理资格认证报表、潜在客户进展报表和客户进展报表跟踪销售代表的绩效。



完整的客户关系生命周期管理

8thManage为用户提供了一个完整的客户关系生命周期管理平台。从获取潜在客户到成功转化为客户，进而转化为企业的商业伙伴，8thManage记录这个过程中所有的信息，包括潜在客户资格审查、与潜在客户/客户的沟通信息、与该客户的合同，并且可以和整个销售团队共享当前客户的信息。

功能	描述
客户来源管理	客户来源种类和来源名称，支持用户自定义，方便灵活。
潜在客户资格审核管理	8thManage支持通过严格的控制规则审查潜在客户，规则可以在后台自定义。
活动和沟通管理	记录和潜在客户/客户的沟通结果，并指定负责人采取行动跟进客户。
合约和交付管理	可以在该客户的“合约”页面，查看到与该客户相关的所有合约，并可以通过逐步点击，追踪到执行该合约的项目和交付情况。
订单和履行管理	可以在该客户的“订单”页面，查看到与该客户相关的所有订单，并可以通过逐步点击，追踪到履行情况、发出的销售单、以及收到的付款，等等。
客户满意度管理	通过满意度调查、要点关注和SLA功能跟踪客户的满意度。
客户活跃度管理	设置客户是否活跃，用来跟踪客户的活跃度，并采取相应后续跟进措施。
合作伙伴管理	管理从客户到合作伙伴的转化过程，与客户的转化过程类似。

跟踪客户沟通和结果

与客户的每次沟通，无论是正式还是非正式，都有可能为企业赢得新的商机。8thManage CRM的杰出功能之一便是可以记录和跟踪整个客户生命周期中企业与客户的每一次沟通信息。

功能	描述
沟通分类	通过定义每次沟通的类型，便可将所有的沟通加以归类。销售经理和销售代表可以根据沟通类型查看沟通记录。沟通类型可以很方便地进行自定义。
跟踪客户的主要决策者和影响者	在8thManage中可以明确和跟踪客户的主要决策者。这样，销售代表就可以把握一切良机，增进与客户的关系，进行交叉销售或向上销售。
将费用报销与沟通记录链接	每个费用报销都可以方便地和相关客户沟通链接起来，这样，销售团队就可以清楚的知道每个客户的投入和产出情况。
跟踪沟通结果和下一步跟进行动	在每个沟通的“行动”页面，销售团队可以定义下一步跟进行动计划。该行动计划可以链接到项目、活动、风险或变更请求。并可以指定活动跟进负责人，明确预定完成时间。
记录沟通目的、日期和参与人名	8thManage中，可以定义每次客户沟通的目的、日期、相应的机会/策略，和买卖双方的参与代表。

客户满意度跟踪和汇报

客户对所交付产品或服务的满意度会影响到交易最终成功与否。客户的建议或抱怨某种程度上也可以被看作对供应商提供的产品或服务的需求。认真对待客户的反馈，并快速做出反应可以提升交易成功率。8thManage为每一个交易或合约，提供系统性的客户满意度调查。通过8thManage，高层主管、销售团队和交付团队都可以轻松的从要点关注、SLA和满意度调查跟踪获得相关客户满意度信息。

功能	描述
要点关注	8thManage基于实时现状调查数据，在“要点关注”页面列出每个合约的客户满意度信息，以供高
实时的SLA	在SLA中通过规定适当的衡量方法，以及相应的奖惩政策来捕捉客户满意度信息。
客户满意度调查	8thManage提供方便的客户满意度调查功能，记录客户对每个合约/订单交付情况的反馈。

财务管理

通过8thManage BBS结构，用户可以轻松地管理组织财务。费用和收入信息清晰明了，并可以通过简单的鼠标点击跟踪详细信息。而且8thManage支持自动化的组织/部门财务预算和实际支出跟踪，从而可以实时汇总各个职能部门、项目和业务单元的财务信息，并将相关信息传达下去。

通过实时的收入跟踪，高层主管和财务人员可以清楚地获得企业财务绩效的相关信息。通过8thManage提供的销售单和付款跟踪功能，用户可以轻松地获得现金流信息，包括支出和收到的款项。

功能	描述
与OBS、WBS实时整合的财务分解结构（FBS）	三种分解结构实时整合，为用户提供灵活的平台，以极小的人力成本轻松获得实时财务信息。
实时的部门/组织预算	基于8thManage FBS，用户可以轻松地进行收入预算、费用预算及分配计划。
实时的损益信息	损益表一目了然地反应了合约/订单的财务状况。对费用或收入项的任何修改都将会实时反映到损益表中。
实际费用跟踪	无论是业务层面或部门的费用，都能实时通过动态FBS自动汇总。只需轻松地点击该费用数额，用户即可获悉该费用的来龙去脉。
实际收入跟踪	在8thManage中可以为每个销售团队或销售代表分配收入配额。他们的业绩将会从合约/订单的实际收入栏自动链接到组织的FBS上。在同一个FBS中，高层领导和财务人员即可控制从组织层面到个人层面的收入绩效情况。
应付账款跟踪	8thManage提供跟踪分布功能，高层领导和财务人员可以通过跟踪分布功能获得向供应商付款的全部信息。
应收账款跟踪	8thManage提供跟踪分布功能，使高层领导和财务人员能实时获取客户方付款的全部信息。

产品信息管理

● 产品信息管理

每个企业都根据不同的产品属性和相关的企业政策管理其产品信息。对于拥有众多产品的企业来说，产品和相关信息会较为庞大和复杂。但目前市面上并没有相对简单实用的产品管理辅助工具。8thManage正是解决该类问题的良方。

功能	描述
灵活的定制化	可以根据用户需求和产品的特性，在后台自定义产品种类和产品系列。
详细产品信息	8thManage可以定义产品的种类、所属产品系列、负责部门、报价、成本、折扣等详细信息。
库存管理	自动检测库存数量，并根据采购订单和销售订单自动调整库存数量。
权限控制	设置用户的产品权限。

● 固定资产管理

在8thManage中，固定资产既包括可销售的产品，也包括内部使用的资产。8thManage提供简单易行的方法，帮助用户管理固定资产。

功能	描述
固定资产种类	可供用户进行自定义设置。
总数量和成本	固定资产的总数量和成本。
剩余数量	8thManage自动计算剩余的固定资产数量。
采购订单	可以将固定资产与采购订单相关联。
租赁	明确固定资产是否是租赁的。
状态	明确固定资产的状态，告知用户该固定资产是否正在被使用。
折旧	8thManage可以记录当前固定资产的折旧信息，包括：使用年限、首期结束、折旧周期、费用分类等。8thManage会自动计算固定资产的账面价值。
库存相关信息	固定资产可以被转入某特定产品的库存中。

4 现代CRM功能

现代的CRM功能更注重实现人（买方和卖方）以及流程（营销、销售、达成合约、交付）的紧密整合，以获得更强的洞察力（智能）和获得更好的结果。关于人的整合

(a) 8thManage为用户进行战略销售提供了框架，引导卖方人员与买方的影响者、指导人员和直接决策者实现更好的整合与沟通。8thManage不能保证您的销售定能成功，但当买卖双方有更多沟通时，您无疑会更具洞察力，从而提高销售成功的几率。

(b) 8thManage提供了一个让买卖双方实现顺畅沟通的平台，支持让客户参与到项目中，成为团队成员。同样的，8thManage不能保证您的销售定能成功，但当买卖双方有更多沟通时，您会更有洞察力，从而提高销售成功的几率。

销售智能

销售的成功很大程度上取决于对市场和客户的认识，以及销售团队是否在客户生命周期的不同阶段抓住每一销售机会并采取了最合适的销售策略。作为一个以数据为驱动的智能销售系统，8thManage CRM 为销售团队提供更加及时、准确的信息，助其做出更明智的商业决策。

● 识别向上/交叉/转移销售等商机

能够为供应商做推荐的客户，或者有向上销售/交叉销售/转移销售等机会的客户，一般被认为是高价值的客户。作为一个动态的客户信息数据库，8thManage可帮助企业在整个客户生命周期内，鉴别和跟踪客户的价值状态。8thManage还提供可定制的客户进展报告，帮助用户轻松挖掘交叉/向上销售的潜在商机。

● 为战略销售提供框架

除了对客户进行了解和分析，要成功完成交易，供应商还需为每个销售目标制定恰当的销售战略。

在《新战略营销》一书中，史蒂芬和黛安指出了战略营销的四大关键成功因素，这些因素在不同行业的多家企业得到了实践验证：

战略销售成功因素	描述
不可忽视任何购买影响者	经济购买影响者：购买决策的最终决定者，主要关注投资收益率和购买的产品对组织的影响。
	用户购买影响者：主要从产品对工作绩效的影响角度判断。
	技术购买影响者：主要从规格和技术层面判断和筛选供应商。
	指导人员：销售人员的重要信息来源，指导销售
红旗/实力杠杆	销售目标的红旗区域：不完整或不确定的方面。譬如：关键信息缺失、与购买影响者毫无联系、采购方的组织重组等等。
	销售目标的实力杠杆：可以巩固销售地位，与竞争对手相比的不同之处。
四种反应模式	只有当人们意识到现实和预想的结果有差距时，才会产生购买需求。这种需求感受可能以以下四种模式呈现： 增长的需求：成功交易的几率较高； 解决问题的需求：成功交易的几率较高； 求稳的需求：成功交易的几率较低； 过度自信时：成功交易的几率极低。
双赢结果	当销售人员和购买影响者都有利可图时，销售才能达成。无疑，最大限度满足客户的利益和需求，才能让销售人员获得最大的利益。买卖双方最佳的结果就是“双赢”。

8thManage提供一个先进的框架来帮助销售团队成功的实施销售战略，达成成功交易。在8thManage中，可以定义价值主张，鉴别四种采购影响者、并分析他们的反应模式、关注点以及影响力大小，并记录对其采取的战略战术；在整个机会/策略生命周期，鉴别和分析红旗区域、实力区域、红旗/实力杠杆等方面。

● 客户趋势

客户需求和关注点处在不断的变化中。在8thManage中，可以记录和实时更新每个用户所关注的：产品/服务、行销主题和行销事件等信息。基于8thManage动态的客户信息数据库，只需简单的设置查询条件，销售方即可获得最新的客户趋势，并以此为依据，推出相应的市场活动。

● 客户流失问题

8thManageCRM通过提供实时的潜在客户/客户进展报表，帮助销售团队鉴别潜在的客户流失问题，以便销售人员在问题初现端倪之时，便将其解决。

● 竞争分析和跟踪

市场上产品的差异性越来越小，购买者越来越精明，各种竞争愈演愈烈，种种因素都增大了供应商保持市场竞争优势的难度。所以增强对竞争者的了解，将大大巩固企业的销售/市场地位。

在8thManage CRM中，可以像客户信息一样，记录和维护竞争者的信息。除了详细的基本信息管理，8thManage还提供两大重要功能，帮助用户更好地了解竞争对手和自己的销售竞争力：

功能	描述
竞争分析	企业可以通过设置和评定不同的准则，清晰地判断敌我双方的优势所在。分析准则可以方便地进行自定义。
输赢记录	在8thManage中，无论一个商机成功与否，都可以记录和跟踪竞争对手信息以及成功/失败的原因。在竞争对手的“输赢记录”页面，用户可以清晰地看到已完成机会的详细信息，包括成功的或失败的。同时可生成输赢记录报表，以供进一步竞争分析参考。

● 销售绩效

作为员工绩效评估的重要标准，销售绩效在8thManage CRM中得到清晰的体现，供销售经理参考。

不同的销售代表负责不同的客户

在8thManage中，不同的销售代表负责不同的客户。通过新潜在客户报表和潜在客户/客户进展报表，销售经理可以清楚地掌握每个销售代表的绩效和所做的努力。

为每个销售代表分配销售配额

在8thManage中，可以给每个销售代表分派年度/季度/月度的销售配额。销售经理只需轻松的点击查看各销售代表实际收入的完成情况，便可获得该销售代表的清晰的绩效信息。

将市场销售和后期交付无缝整合

在当今商业世界，每个企业都宣称其“以客户为导向”。维护终生客户关系与发展新客户关系对企业的发展同样重要。为了保持客户忠诚度，每个企业都致力于为客户提供更好的产品/服务，提高客户满意度。然而，在实际业务运作过程中，实时跟踪交易履约情况和客户满意状态是非常困难的。在这个瞬息万变的社会，对任何交易流程和细节问题的忽视，都将大大降低客户满意度，并导致商机的流失甚至是交易的失败。更严重地，还会导致企业失去客户、收入降低，继而大大影响企业绩效。

使用8thManage CRM，企业可以轻松避免上述问题。通过8thManage动态的组织分解结构（OBS）、工作分解结构（WBS）和财务分解结构（FBS），企业可以方便地对从营销活动到最终交付的整个业务流程进行绩效跟踪。所有详细信息都被系统、明了的记录下来，并且对这些信息的访问有严格的权限设置。在8thManage的帮助下，企业可以抓住每个商业机会，提高企业绩效和客户满意度。

● 端对端的商务管理

每当提起业务管理，用户脑海里浮现的通常是一副有很多元素的全景图。一个业务经理的职责范围可谓包罗万象：客户关系、客户市场关注点、产品库存、业务资源分配问题、企业业务费用及预期投资收益等等。有如此多复杂的事项需要打理，用户很容易便忽视了细节问题。所以很多时候，当业务进行到一半时，用户已经不记得该业务的来龙去脉了。

在8thManage CRM的灵活平台上，用户可以轻松地跟踪从前端到后端的整个业务流程。无论是市场营销活动、销售机会或合约，8thManage可以捕捉其从计划到执行结束的每一步进展。在组织/部门的业务地图页面，用户可以轻松地浏览到该组织/部门负责的所有类型的业务。在业务地图页面，点击相关链接，便可获得更详细的信息。用户则无需担心得不到所有的业务数据，因为8thManage可以系统地储存和整合所有的信息，供用户随时查询。

功能	描述
市场营销活动管理	通过8thManage CRM市场查询功能，用户可以轻松获得营销活动的目标潜在客户/客户清单，以此为据，计划和推行营销活动。用户要跟踪该营销活动的实际结果，只需轻松点击“截至今日的结果”，系统则会清晰地列出该营销活动截止今日的实际结果，包括所获得的潜在客户、销售机会、合约、订单的数量。
销售机会管理	一个成功的营销活动，可能会给企业带来一个销售机会。使用8thManage CRM“竞争分析”功能，用户可以进行一个全面的策略评估，为决策提供支持。
合约管理	8thManage帮用户系统地管理合约。可以在合约中定义SLA，来帮买卖双方就合约交付质量达成一致。一个合约也可以和之前的营销活动或销售机会相关联、这样用户就可以清晰地了解各业务的关系。
项目执行	在8thManage中，所有的销售活动都可以在项目中系统的计划和完成，并可以关联到相应的营销活动/机会/合约下。通过8thManage可以轻松的实时跟踪销售活动的进展。
风险和问题管理	8thManage内置风险和问题功能，自动检测业务风险，并可以定义应对的行动和行动负责人。
客户参与度和持续满意度调查	为确保客户对每个可交付成果的满意，8thManage平台可以将客户纳入项目团队，参与到相关的确认、评审和验收工作中来。
实时损益管理	实时的损益表让用户清晰地获得业务的收益情况，助其做出更明智的商业决策。
多层费用控制	8thManage中，从企业层到交易层，都有严格的费用控制。8thManage支持通过步步点击，追踪到每
应收/应付账款管理	8thManage管理企业实时的应收/应付账款流动。
实时SLA	利用SLA功能，有效地确保交付物满足客户需求，并实时监控奖惩信息。
实时绩效报告	通过自定义的查询条件，实时跟踪活动进展和可交付成果质量。
完整的历史跟踪记录	8thManage会自动获取对业务的每次修改记录，保存在“审计跟踪”页面。

● 客户参与度和满意度管理

8thManage提供一个智能化的方法管理客户参与度和客户满意度。外部用户也可以与内部用户一起登录到8thManage系统中，进行团队合作。交易双方看到的信息是同步的，双方都能随时知晓业务的进展。客户联系人作为项目团队成员，可以作为活动负责人或可交付成果的评审、验收人。通过8thManage，他们可以自由表达自己的意见，参与到业务活动中。由于通过8thManaga平台，交易双方都在朝同一个方向努力，因此达成业务或项目成功的几率也大大提高。

除此之外，在业务过程中将客户纳入到项目团队中，还可以提高客户的满意度。由于客户可以了解和参与到整个业务过程，他们就会更清楚业务的实施进展及可交付成果质量。当供应商将成果交付给客户时，参与到业务过程的客户方联系人自然会站在供应商一方，为供应商美言。这样客户就会对交付的产品或服务更有信心，从而提高客户的满意度。

通过将客户纳入团队，提高客户满意度

明智的企业都明白，客户是其收入来源。所以，让客户快乐、提高客户对交付物的满意度成了供应商的重中之重。8thManage CRM通过将客户纳入项目团队，让客户参与到整个业务流程中，从而提高客户的满意度。常言道，眼见为实，耳听为虚。当客户真正地参与到业务中来时，他们对供应商的产品和服务将更有信心。在当今快速发展的社会，企业智能很大程度上取决于客户对产品或服务的反馈。企业的业务常常涵盖多个方面，包括合约、订单、项目等等，要做到对所有业务类型都有多维的衡量标准是极其困难的。更何况对个人绩效的衡量了。借助8thManage CRM，企业可以通过内置的衡量标准，基于客户反馈或内部评审验收规则评估个人或团队的性能。

● 将客户纳入到业务团队

将客户纳入到业务团队中是非常重要的，尤其在管理复杂的项目，需要与客户方进行频繁讨论和沟通的时候。如果客户方与供应商企业形成合作团队，双方看到的就是相通的信息，从而能够有效避免互相提供虚假信息，掩盖事实真相。

另外，当客户方参与到业务团队时，业务上的一些问题或不确定因素，可以在客户的帮助下得到及时解决。交易双方也可以实时沟通讨论，及时应对业务变更。

● 企业智能管理

企业智能是业务流程智能和绩效智能的综合。在复杂的商业背景下，8thManage可以为企业提供一个智能的解决方案，即：通过合约/订单绩效的汇总，来反映和评估企业绩效。基于实时的客户/用户现状调查和绩效报告，用户可以轻松获取KPI信息与企业绩效。同时，8thManage提供实时的SLA功能，帮助用户衡量合约的绩效。借助SLA功能，用户可以通过自动检测和计算协议的实际结果，实时管理相关的奖惩情况。SLA的结果也将实时反馈到合约的损益表中，从而，企业可以进一步监控合约的损益情况，及时做出反应。

5 总结

8thManage CRM的先进性集中表现于以下三个方面：（1）一个系统一个设计；（2）自动化；（3）各方人员的优化整合，提供更强洞察力。没有“一个系统一个设计”的基础，业务信息也不可能透明、敏捷，系统的自动化程度也会大打折扣。没有“各方人员的优化整合”，企业也不可能：（A）赢得商机所需的洞察力；（B）为提高最终成功率，需要具备的对需求、沟通及中间交付物的洞察力。

显然，8thManage CRM是当今新的经济环境下的新的CRM，她将以其新颖的功能和卓越的性能满足新一代商业管理的需求，助用户取得市场、销售和客户关系维护的全面成功。