

创 新 C R M 成 功 之 道

# 销售易道

资本寒冬之下，B2B企业如何打磨销售内功，练就御寒之术？

销售易CRM推出“沙盒环境”，开辟企业技术创新“试验田”

数字化分析  
——让数据说话，帮助企业运营优化

解决各层级销售管理痛点，为销售额破百亿打下信息化基础  
——德力西电气项目实践分享

颠覆传统办公，开启企业高效办公新时代  
——石墨文档项目案例分享

PaaS



销售易服务号

NO.05

2019年08月 总第5期

# 目录 CATALOG

## 刊首语 From the Editor

### 易论道 Attitude

资本寒冬之下，B2B企业如何打磨销售内功，练就御寒之术？ .....P05

销售易CRM推出“沙盒环境”，开辟企业技术创新“试验田” .....P10

移动端页面快速定制，让办公效率再提升——家装行业案例分享 .....P13

数字化分析——让数据说话，帮助企业运营优化 .....P16

### 易实践 Practice

解决各层级销售管理痛点，为销售额破百亿打下信息化基础——德力西电气项目实践分享 .....P20

项目型销售&售后管理最佳实践——仓储物流行业CRM应用实践分享 .....P23

销售与服务一体化降本提效解决方案——数据技术领域CRM应用实践分享 .....P27

### 易成功 Success

运用销售易CRM高效践行管理理念，助力留美实习行业标杆高速发展——美邦国际成功案例分享 .....P30

实现从市场到销售的全流程管理——盖雅工场项目案例分享 .....P37

颠覆传统办公，开启企业高效办公新时代——石墨文档项目案例分享 .....P39

### 易宝典 Skill-get

如何更好的使用API和PaaS平台 .....P44

七个你最需要知道的BI智能分析云使用技巧 .....P47

### 易报道 News

销售易aPaaS入选Gartner供应商名单，一站式应用构建，决战企业应用层 .....P55

销售易CRM三度入选Gartner魔力象限，产品能力大幅跃升 .....P60

销售易亮相腾讯全球数字生态大会，携手腾讯发布全新客户运营云平台 .....P63

出品：北京仁科互动网络技术有限公司

总编：史彦泽

主编：高建彬

执行主编：尹路

编委会：邓翔 张忠 叶晖 刘志强 鲁扬

Michael Tina 吴振海 王超辉

Kevin 褚衍臣 郭仁勇 郭超

韩宋 贝刚

责任编辑：徐世诞 陈治

美术编辑：陈治

网页编辑：史春泽 耿英英

# 刊首语

亲爱的客户朋友们：

大家好！新的一期《销售易道》又跟大家见面了。在过去半年时间里，销售易团队不断提升自己的产品和服务能力来支撑平台上越来越多中大型客户。我们在产品功能上重点推出销售区域管理，新版的报价配置器，升级了BI报表能力并推出PaaS沙盒的同时，花大力气提升我们系统的性能，稳定性和灵活性，以期为更多客户带来更好的质量和体验。

我们过去一年在产品和服务上的不断精进，获得了全球顶级咨询机构Gartner团队的评测认可，销售易作为中国唯一入选的厂商，在Gartner全球CRM魔力象限上，排名有了长足的进步，这证明我们的产品路线图符合国际趋势，产品能力超越部分国际厂商。

销售易的每一步成长，都离不开每一个客户的支持、包容和耐心。我们全体同仁心存感恩，唯有每天不断精进努力，给你们提供更专业，更优质的服务，才能回报你们的支持和厚爱！

谢谢大家！祝业绩长红！

销售易创始人兼CEO



易论道

Attitude

# 资本寒冬之下，B2B企业如何打磨销售内功，练就御寒之术？

销售易市场部 高级产品市场经理 王秋雨



说了几年的资本寒冬，现在真的来了，让人切实地感觉到经济和资本的寒意。在很多领域都有一个比较明显的迹象：钱不那么好赚了，客户的预算似乎正在减少，而回款的周期越拖越长。

寒冬之时，各个企业都在节流，然而单单靠节流是无法抵御寒流的。要逆流而上，首先需要回归商业本质：实现企业业绩增长。那么企业如何打破传统的销售管理，让销售业绩真正实现质的增长？

与美国相比，中国大多数企业信息化仍处于较低水平，尤其是B2B行业由于销售流程复杂、周期长，再加上缺乏科学、规范的信息化管理手段，在实现企业业绩突破的过程中往往面临种种挑战：

## 1. 销售资源管理方面

企业一方面面临海量的销售线索，但另一方面又苦于高质销售资源的紧缺，到底是线索本身质量不高，还

是跟进方法不对？如何有效甄别优质的销售线索，及时跟进，提升线索的转化呢？此外，在用户为王的时代，尤其是传统制造业，通过各种渠道销售的客户数量众多、类型复杂，如何完整、统一地管理客户全生命周期的信息？在获客成本日趋攀升的情况下，如何深入挖掘客户的价值，创造二次销售的机会呢？

## 2. 销售过程管理方面

B2B项目型的销售，销售过程复杂而繁琐，对于销售新人而言尤其不知从何入手；对于销售管理者，粗放地管理销售过程，不但无法掌握商机进展、丢单原因以及销售团队的贡献度等，更无法科学的分析销售行为，进行销售结果预测与风险的管控。

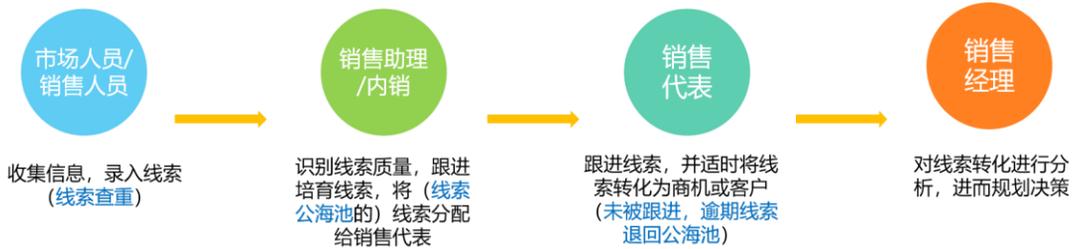
## 3. 销售订单与回款方面

以传统的制造行业为例，从订单到交付还需要一定的周期。如何确保销售和生产环节的打通，减少内部人

员的沟通，保障产品信息与客户需求准确无误，实现资金的快速回笼？

严峻的市场环境倒逼企业需要严苛的销售过程管理。在之前的文章中，销售易为企业管理销售团队支招，可在四个方向“社交协同化”、“流程自动化”、“业务智能化”、“发展规模化”上，打磨销售内功，练就御寒之术。本文从销售流程自动化方面，为大家详解如何将信息化技术和优化的流程整合起来，实现销售团队效率的不断提高。

### 一：实时监控线索全生命周期管理，自动查重、有效跟进，提升线索转化率



针对企业销售资源问题，销售易CRM充分打通从线索收集、线索识别到线索跟进、最终对线索进行全面分析，助力市场管理者科学地洞察高质量线索的有效来源，对市场活动有的放矢地投放。其中，线索自动查重能力可自动识别并提示重复线索，确保销售线索的准确与唯一；“线索公海池”基于企业自定义的业务分配逻辑，保证每一条线索被合理地分配与及时地跟进，同时线索的回收机制确保未被跟进的线索逾期自动退回公海池，避免遗漏任何一条线索的跟进。

销售线索

已选中 1 项 | 删除 | 退回公海池 | 转移 | 转换

姓名	公司名称	职务	销售线索所有人	跟进状态	电话	手机	电子邮件	Accepted	创建日期
刘露露	成都巴邑食...		李雷	未处理				<input type="checkbox"/>	2018-08-10 10:20
王源	上海辉煌贸易		李雷	未处理				<input type="checkbox"/>	2018-08-10 10:20
王皓	北京瑞虎集团		李雷	未处理				<input type="checkbox"/>	2018-08-10 10:20
刘占华	北京恩智科...		李雷	未处理				<input type="checkbox"/>	2018-08-10 10:20
吴丽亚	深圳海洋科技		李雷	未处理				<input type="checkbox"/>	2018-08-10 10:20
秦宋	北京亿科科技		李雷	未处理				<input type="checkbox"/>	2018-08-10 10:20
李敏	上海智慧文...		李雷	未处理				<input type="checkbox"/>	2018-08-10 10:20
李志宏	武汉德来食...		李雷	未处理				<input type="checkbox"/>	2018-08-10 10:20
马海斌	天津维尔制药		李雷	未处理				<input type="checkbox"/>	2018-08-10 10:20
王力涛	北京时代科...		李雷	未处理				<input type="checkbox"/>	2018-08-10 10:20
曹小娜	成都如意科技		李雷	未处理				<input type="checkbox"/>	2018-08-10 10:20
王明瑞	北京吉祥传...		李雷	未处理				<input type="checkbox"/>	2018-08-10 10:20
赵颖	天津宝来科技		李雷	未处理				<input type="checkbox"/>	2018-08-10 10:20

### 二：360度数字化管理客户信息，重构销售工作方式

使用移动端销售易CRM，销售代表再也不需要白天跑客户，晚上伏案写总结。拜访前，销售代表通过嵌入的工商数据模块，随时随地快速了解客户工商信息。拜访客户的同时，就可以随手将拜访的详细内容记录到系统中，

项目成员可以看到该客户的所有信息；如果有技术问题，需要与项目成员进行探讨，直接在该项目下发起讨论；需要开会讨论，随时在项目下创建会议日程。随着动态的拜访，拜访总结也随之记录下来。

随着项目的推移，客户的最新动态、客户的相关文档、客户的商机阶段、客户的签单或续约情况、客户的回款信息以及为客户提供的服务进展等等一一沉淀到系统中，方便项目成员或销售管理者全方位深入掌握客户信息，维护良好的客户关系，合理地进行商务决策。



客户工商信息



客户拜访记录



客户信息

### 三：可视化商机管理，将最佳销售实践自动传承，帮助新销售快速上手；精细化商机分析，为管理者提供决策依据

在整个项目跟进的过程中，销售易商机管理模块将成功的销售经验固化到系统中，即使销售新人面对复杂的B2B销售流程也可快速入门，按照最佳的销售实践流程，逐一击破项目的各个阶段，有条不紊地推进项目。

对于销售管理者，通过销售漏斗穿透查看每个商机的具体情况，基于项目进展，及时给予团队销售指导与支持。当近期的业绩目标没有达成时，通过分析商机金额、销售行为亦或是销售方法等，可马上调整策略，最终实现年度目标的达成。



销售机会管理



可视化商机阶段



销售商机预测

#### 四：自动化交易管理护航销售流程“最后一公里”

在资本寒冬之际，健康的现金流显得弥足珍贵。销售易交易管理模块打造从订单到回款正逆向闭环业务管理，精准输出交易金额数据，帮助企业全面洞察业务营收情况。同时与ERP系统无缝集成，自动同步销售信息与生产或采购信息，确保两端信息保持准确无误。

此外，自动连接客户、财务与销售人员，使得收款的过程也轻松了许多。系统不仅会自动发出到账通知，还会自动提醒开具发票和应收款的时间和具体金额，以及回款变更通知，销售人员从而再也不用担心逾期忘记收款。



到账通知



应收款通知



交易管理数据分析

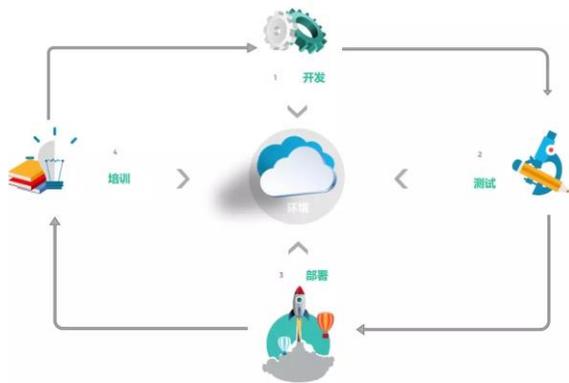
综上所述，销售易CRM帮助企业实现销售流程自动化，完成从线索到回款的全流程数字化闭环管理。从而助力企业提升线索转化，提高打单效率，加速款项回流，全面激发销售业绩的持续增长。 ➤

# 销售易CRM推出“沙盒环境”，开辟企业技术创新“试验田”

销售易市场部 高级产品市场经理 王秋雨

随着移动社交、大数据、云计算、IoT等新技术的高速发展，不少企业的CIO们踊跃拥抱新技术，欲将其注入到企业的运营管理中，助力企业数字化转型。据Gartner预测，到2020年，将会有超过25%的中型企业，部署以SaaS形式交付的应用程序，精细化管理企业运营。

然而，对于计划通过新技术实现业务创新的企业CIO们，面临的常见问题是：缺乏独立的测试和验证环境，应用开发与测试都在唯一的生产环境中进行。而在没有充分业务验证的情况下，直接将业务数据与新代码融合，一旦出现bug，只能在生产环境中紧急修复，犹如飞机空中换引擎，对业务的正常运转造成巨大的隐患与风险。



在国内SaaS CRM领域，销售易开创性推出“沙盒环境”，为企业数字化转型与业务创新开辟“试验田”，提供复制且独立于生产环境的应用开发与测试环境，实

现全生命周期自动化的应用部署流程，助力企业IT高效、安全稳定地交付产品。

## 销售易沙盒应用场景与价值

(一) 对于企业创新项目，销售易沙盒环境帮助企业创新降低试错成本，独立于生产环境，保证业务平滑运转。

- 1: 企业IT可在沙盒环境中，频繁配置，反复测试；
- 2: 在沙盒环境实验成功后，可作为项目审批通过的有利依据；
- 3: 即使失败，可随时下线。

(二) 此外，销售易沙盒环境，满足企业IT人员在开发、测试与培训等多方面的使用：

- 1: 用户培训  
新系统上线前，企业IT可在沙盒环境中灵活创建业务数据，为系统用户提供培训，避免测试数据对生产环境的影响。
- 2: 更新迭代  
众所周知，SaaS应用以敏捷开发、快速迭代著称，SaaS提供商会定期向企业用户发布新功能。企业IT可使用沙盒环境，进行必要的测试与验证，确保新版本的正确性。同时企业员工可在沙盒环境中提前试用

新功能，更好地发现潜在问题，全面确保新功能与已有业务的无缝融合。

### 3: 问题修复

当生产环境出现问题，譬如数据无法同步时，可在沙盒环境中进行问题重现、修复、测试、回归测试，确保问题充分解决后，再将代码部署到生产环境，从而保证修复代码的准确性与稳定性，减少对生产环境业务的影响。

## 销售易沙盒的功能特性与优势

安全、隔离的沙盒环境为企业创新开辟了独立试错的土壤，为生产运营创造了稳定高质的环境，实现从环境复制到自动部署的全流程管理。其中，主要由三大部分组成：沙盒管理、配置包管理和部署管理。

### 沙盒管理：快速复制生产，高效创建沙盒

在沙盒管理中，轻松一步设置，定义不同种类沙盒：如可用于功能开发的开发环境沙盒，以及测试沙盒、培训沙盒等等，实现从生产环境到沙盒环境的自动高效复制，为企业IT创建专属沙盒。

当项目上线后，通过刷新功能，定期将生产环境的代码、配置等同步到沙盒环境，保持动态测试的沙盒环境与生产环境的高度一致，便于下次新功能上线与bug修复，在相同环境中的充分测试，确保上线后安全稳定地运行。



### 配置包管理：一键打包组件，多向环境同步

当企业IT在沙盒环境中完成功能验证后，按项目或功能将开发组件（如业务对象、业务代码等）分别打包，每个项目或功能的所有组件作为一个整体，向生产环境中传输，避免多项目并行时，代码的混乱与遗漏。

### 沙盒管理

包括沙盒，操作历史记录

- 沙盒功能包括：创建、编辑、刷新、删除
- 操作历史记录：查看沙盒历史操作记录

### 配置包管理

打包元数据上传到目标环境

支持从生产环境->沙盒环境，沙盒环境->生产环境，沙盒环境->沙盒环境的迁移

### 部署管理

对所有配置包进行部署

包括待部署，已部署，操作历史功能。



同时，配置包支持多向环境同步：功能上线时，支持从沙盒环境到生产环境的同步；保持环境一致时，支持从生产环境向沙盒环境的同步；从开发到测试时，支持从沙盒环境向沙盒环境的同步，为环境之间的自动迁移部署做好充分准备。

**部署管理：自动迁移部署，安全校验管控**  
打包完成后，在部署之前，通过安全校验——譬如对字段依赖项的检查等，保证部署的顺利进行，避免错误对系统的影响。

校验成功，点击“部署”，一键自动迁移，实现“持续交付”和“持续集成”的自动化部署流程。将IT工程师从大量繁琐的配置工作中释放出来，让更多的精力聚焦在业务梳理与产品的创新上。

即使部署失败，通过查看历史错误信息，来追踪并定位错误问题，待问题修复后可重新部署。

此外，销售易作为企业级新型CRM开创者，手机端沙盒也已全面上线，同时支持Android版与iOS版。在独立的沙盒环境下，充分的测试与验证，让便捷的CRM移动端更加的稳定与易用。

综上，销售易沙盒环境为企业IT提供开发、测试、培训、线上问题修复等不同阶段的独立于生产环境的环境，满足企业全生命周期的个性化定制开发、自动化迁移部署的全流程管理，为企业的项目创新、产品的高质交付、生产环境的稳定运行全方位保驾护航。🔗



# 移动端页面快速定制，让办公效率再提升 ——家装行业案例分享

销售易产品设计部 文档工程师经理 李宁



越来越多的销售人员喜欢在移动端与客户交流，通过移动APP处理客户的业务。移动端办公不仅是企业销售人员及时跟进服务客户的重要平台，也是最大化利用碎片化时间，自由、及时的跟进工作内容，把握进展情况，提升工作效率和提高管理水平的方式。

移动端办公可以有效的提升工作效率，提升程度一般取决于APP是否好用。无论是销售易CRM的APP，还是企业自己开发的APP，都很难绝对的判定是否好用，因为不同人员关心的业务不同、不同业务的处理流程也不同。所以，只有能够让用户快速处理自己业务的APP才是好用的APP，而一个APP很难满足不同人员的需求。

基于销售易PaaS的APP设计器，可以快速为不同人员构建专属的APP，而要让员工快速处理自己关心的业务，这就关系到APP页面的布局设计、内容设计。销售易PaaS的APP设计器提供了强大的移动端页面

定制能力，快速满足不同人员、不同业务对页面的需求。

本次为大家介绍一个家装行业通过页面定制，提升处理客户投诉业务效率的案例，类似的需求在企业中也非常普遍。

## 了解用户的需求

某家装公司通过销售易PaaS的APP设计器为其公司的“销售负责人”构建了专属的APP，销售负责人每天除了订单、工地管理、装饰派单之外，还有一个特别重要的工作：随时关注和处理客户投诉。该家装公司认为客户投诉的处理非常重要，从装修到最终交付，中间需要经过很多环节。及时、准确地处理好客户投诉，不仅有利于了解客户的真正需求，降低返工的风险，还有助于发现工作中的不足，提升服务质量。对于家装行业，口碑非常重要，只有让客户满意，才能

在解决投诉的同时抓住下一次商机。

所以，该家装公司对投诉管理业务的APP页面主要有以下需求：

- 为便于快速进入到投诉处理页面，需要将投诉业务处理的入口放到销售负责人专属APP的首页。
- 由首页投诉处理入口进入到投诉管理列表页，列表页需要使用卡片式布局，每个卡片代表一次客户投诉。在每个卡片中要清晰的展示投诉的预警信息、投诉内容、剩余处理时间等。每张卡片都需要放一个按钮，单击按钮可以进入到该条投诉的详情页。

### 销售易PaaS的解决方案

#### • 所需能力

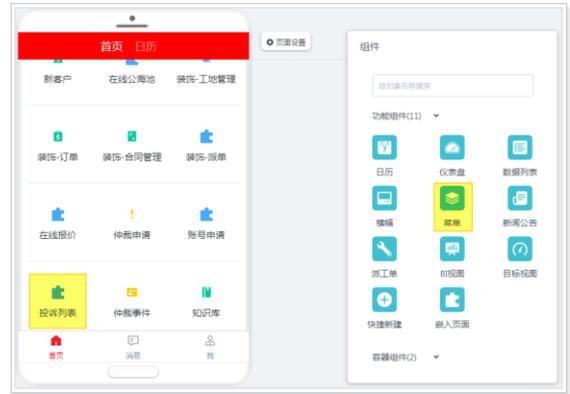
1. 开发平台（页面代码、自定义菜单）
2. APP设计器

#### • 实现方案

在本案例中，客户投诉处理对页面的需求，实际为对APP首页、列表页的个性化定制。

#### ✓ APP首页

APP首页支持自定义配置，APP设计器为首页的定制提供了大量组件，直接将组件拖拽到页面中，然后进行简单配置即可。在本案例中，使用到的是菜单组件，菜单组件是系统中各功能入口的载体，在菜单组件中加入投诉处理的菜单项。



投诉管理列表页

APP列表页支持自定义配置，在APP设计器中，可以配置列表页的显示信息、自定义的按钮等。一般情况下，仅需要简单的配置就可以满足大多数场景下对列表页的需求，但在本案例中，由于对列表页还有一个特殊的要求，需要使用卡片式布局，这与标准的列表页差别比较大，无法通过简单的配置实现。

因此，对于投诉管理列表页，采用的方案为：由家装公司自己开发投诉管理列表页面，然后通过销售易PaaS开发平台的页面代码和自定义菜单功能，将家装公司自己开发的页面集成到销售易CRM系统中，再通过APP设计器，将开发页面配置为“投诉列表”的链接页面。



### 结语

移动端办公可以提升员工的工作效率，而好用的APP可以让效率再提升。通过销售易PaaS的各种配置开发能力，可以快速为不同人员构建专属的APP，为不同人员配置专属的APP首页，为不同业务配置更适合的列表页、详情页。销售易PaaS可以让企业更快实现办公效率的提升。[🔗](#)

# 数字化分析

## ——让数据说话，帮助企业运营优化

销售易客户服务部 客户成功华北区域总监 郭超



6月10日，随着Salesforce收购Tableau的重磅消息迅速扩散SaaS圈，数字化对于企业运营的价值又上升到了一个新的高度。数字化分析让单调的数据录入状况发生变化，数字不仅仅沉淀在表格和数据库中，而真正成为交互的工具，让企业更好地了解和洞察自身的业务，从而能够持续进行优化和改善，成为企业创新发展的引擎。

作为国内最早投入并自主研发数字化分析工具的CRM厂商，无疑，我们投入大量人力物力所打造的智能分析云产品，将会是我们以“客户为中心”的最好验证，也是我们为客户提供CRM应用的核心功能。

企业真正的把数据分析应用好，管理运营持续优化，

在以下几个方面需要有明确的认识，避免走入误区。

### 一：数字化运营需要从“领导层、管理层、操作层”三层面都实现能力提升

数字化不是仅仅针对一线业务人员。企业数字化涉及不同层级，几个层级共同推进才能使整个业务进入良性循环。局部层面的数字化依然会导致企业透明化不足，数字化推进困难。

#### 1. 领导层：打造“数字化”的营销经营决策管理平台

众所周知，CRM对于一个企业销售管理的最佳辅助，对于领导层，最终希望得到的是：通过系统沉淀的数据，实现企业的客户分析、运营分析、业务分析统计

分析。通过数字化运营，我们可以给领导层带来透明化的管理，增强对客户和市场的把握，并及时了解运营绩效。

### 2. 管理层：打造“透明化”的营销闭环过程管理平台

企业的管理层，不光需要对上负责数据的呈现和分析，还需要对下及时掌握销售动态，还要纵向跨部门解决部门之间的流程和沟通障碍。通过对数字化运营对于管理层的有效信息传递，可以做到实现业务流程的规范和标准，帮助我们的管理层及时掌握各种信息，提升业务和运营效率，及时适应市场和客户的不断变化。

### 3. 操作层：打造“移动化”的营销平台

对于企业的操作层面，如何更有效率的识别画像客户，如何全盘了解自己项目的跟进状态，更重要的是如何及时的了解自己的业绩绩效的完成情况。通过数字化运营，可以及时的做到对客户、商机以及绩效业绩的洞察，有效的提高效率，提升业绩产出！

## 二：管理人员的诉求

一个企业的管理人员，面临着对上对下的难题，而数字化运营是解决这些难题的“利器”！

### 1. 对上：

- 满足公司业务发展要求
- 业绩和业务完成情况满足公司预期
- 与相关部门（财务）数字协同好，不出现偏差

### 2. 对下：

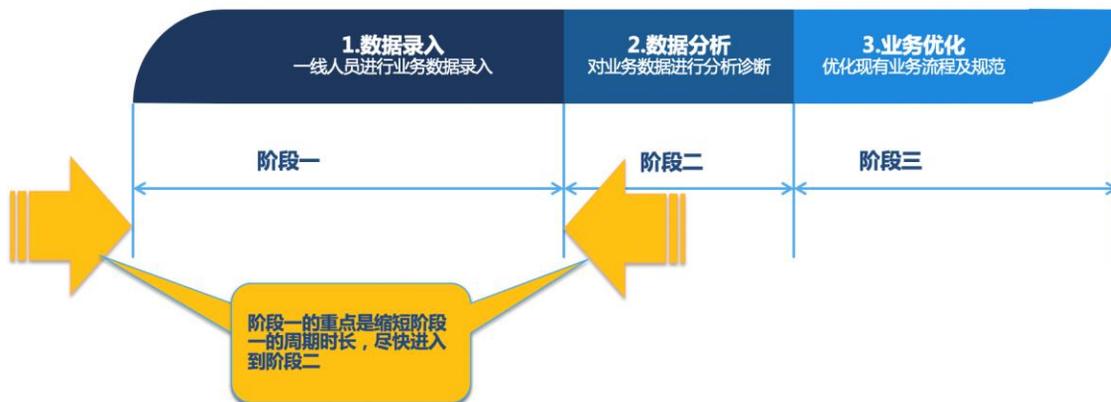
- 监控一线和下属业绩和业务完成情况满足部门预期
- 与相关部门（财务）数字协同好，不出现偏差
- 一线业务人员的行为管理
- 一线业务人员的业绩管理和实时展现
- 重点客户的覆盖和产出是否满足预期

## 三：数字化运营的要点

### 三分系统，七分运营，十二分数据

数据是数字化运营分析的前提，没有数据沉淀就无法推进后续的分析价值。正常数字化运营的项目，是通过数据录入—数据分析—业务优化三个阶段来实现的。企业要抱着正确的心态来面对前期数据录入阶段的挑战，这是信息化建设的必由之路。

很多企业的困难是一直处理阶段一，很难推进到阶段二。原因很多，如功能缺陷，数据不准，没有对接……。但是这样造成的障碍是无法对数据进行分析也谈及不了阶段三对业务的优化，最终导致信息系统变成一个纯粹录入数据的工具，而且数据一直不准。这样的情况很危险，一方面管理层看不到价值，业务人员也感觉自己只是录入工具。一段时间后系统建设会被不同层面质疑，很多客户往往会面临项目很难推进的局面。



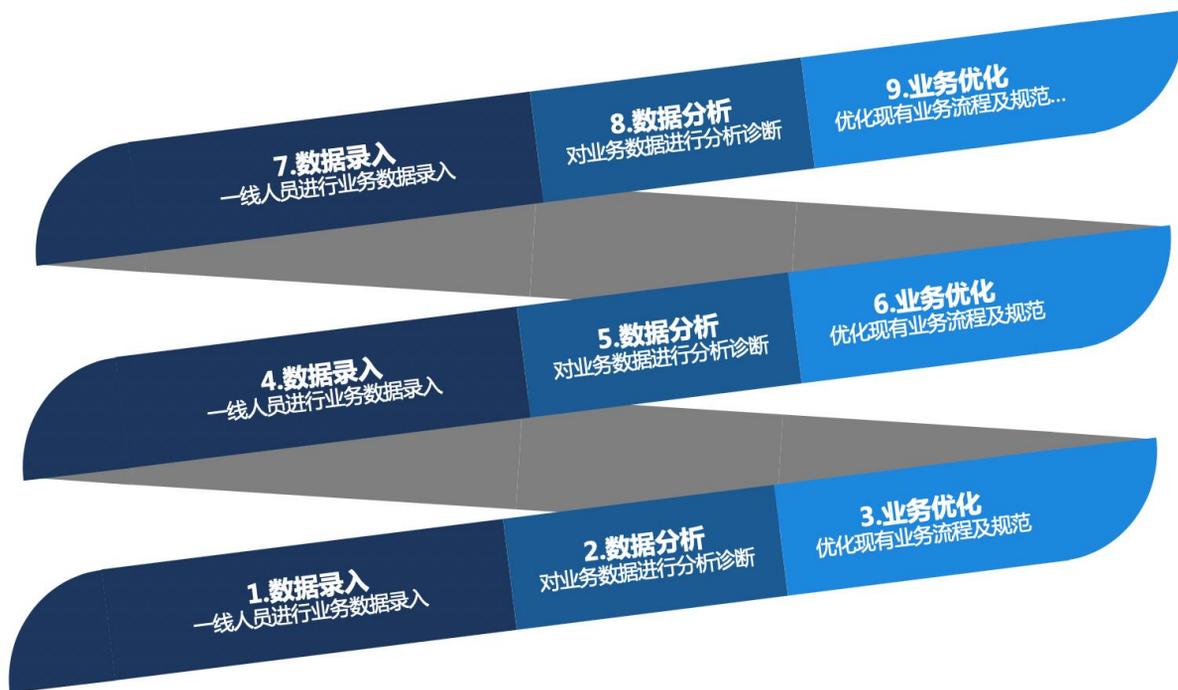
要打破这种局面，重要的是压缩阶段一的周期，快速推进阶段二 数据分析 的工作，迅速让数据说话。很多客户一般是系统上线后觉得项目结束了，对后续的分析 and 业务优化推进不力或者直接忽视；也有很多情况这两阶段是企业内部人员推进，推进艰难，这些都是有风险的。我们一方面需要有这方面的意识，另一方面需要和项目的实施推广结合起来作为一个项目整体继续推进。

### 持续优化改进提升才能显示数字化运营的价值

数据的沉淀、分析、业务优化和改善不是一蹴而就的。

随着业务的优化改善，不可避免我们需要完善流程、数据和规则，进而优化我们的数据录入。也会要求我们对于更新的数据优化我们的数据模型和分析维度，再做业务优化。这是一个持续优化改进的过程，也是管理信息系统的价值。

企业的发展是长跑，数字化运营也是一个需要长期坚持、不断优化的“马拉松”。通过一个完整周期的迭代，我们可以通过数据分析工具给企业带来业务发展的助力，帮助企业“领导层、管理层、操作层”带来销售管理能力的提升。这是螺旋上升的过程，我们需要持续重复三个阶段，才能更好地让信息系统支撑企业的未来发展。➔



**易实践**

Practice

# 解决各层级销售管理痛点，为销售额破百亿打下信息化基础

## ——德力西电气项目实践分享

专业服务部 解决方案架构师 华榕



德力西电气有限公司是成立于2007年的大型的合资企业，座落于“中国电器之都”——浙江省乐清市柳市镇，累计投资额近20亿元人民币，占地达240,000平方米，拥有员工10,000余人，是一家在中国低压电器行业具有一定规模的合资企业。

### 核心业务需求

德力西电气业务模式以渠道销售及行业销售为主，如何整合渠道、行业的销售资源，更好的达成年销售额破百亿的目标对于当下是非常重要的。

#### 1. 建立统一的客户管理平台

将行业大客户和渠道门店都纳入系统进行管理，并建立一级经销商和门店的关系、一级经销商和行业大客

户的关系，更好的整合资源进行统一管理。

#### 2. 构建完备的渠道管理体系

从渠道门店、店招货架、渠道推广活动等各个方面，对渠道营销进行精细化管理。采用先申请后核销的方式，对渠道费用进行全面管控。并可以实时根据提报的数据进行渠道门店的经营分析，了解渠道业务状态。

#### 3. 实现行业销售管理自动化

在行业销售管理中，针对不同行业的推进特点，设置不同的项目阶段管理和不同的流程控制点。

#### 4. 整合多个系统平台，打通信息网络

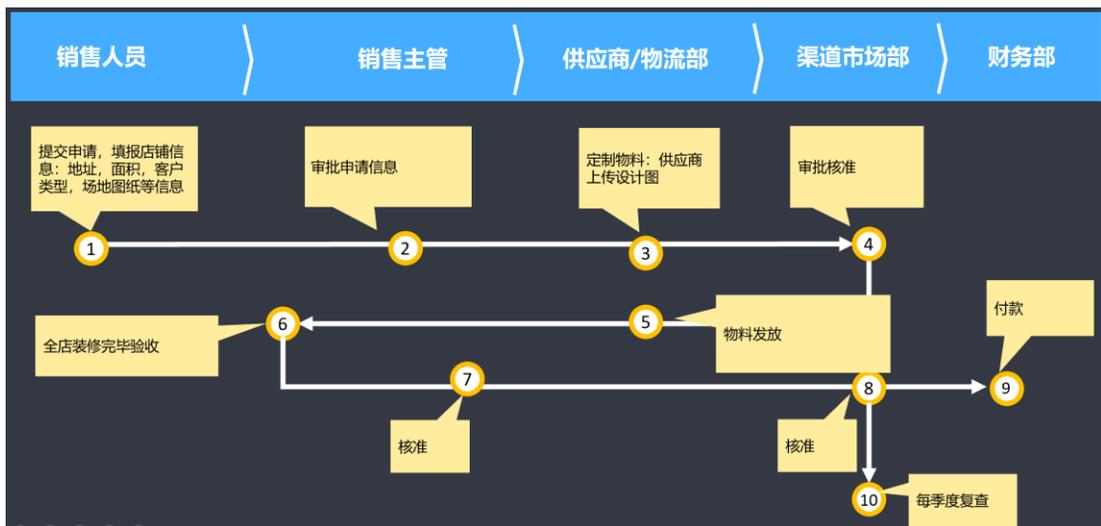
打通CRM和小程序应用，将一级经销商的销售人员纳入营销体系，可以直接通过小程序参与各种推广活

动，并提交和活动相关的信息；打通CRM和网单系统，将审批通过的特价信息同步到网单系统；网单下单时可以直接读取特价信息，自动获取特价点位，缩短特价以及订单的审批时间。

根据以上核心业务需求，我们提供了如下德力西电气解决方案：

### 1. 渠道管理体系—渠道建店管理

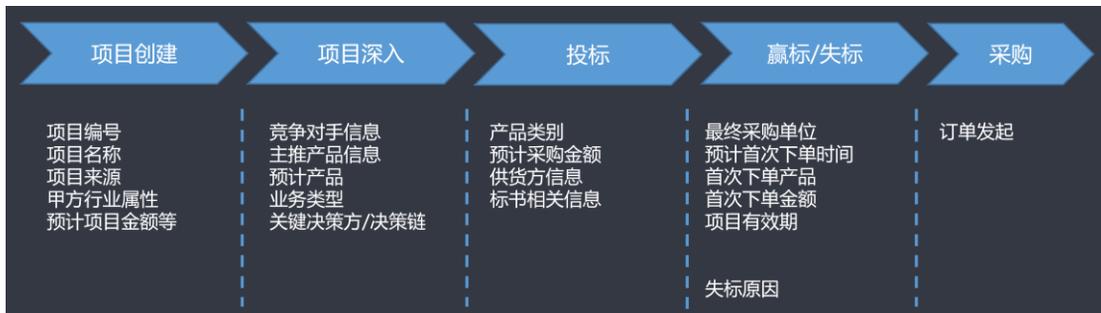
在渠道建店管理中，为了缩短流程处理时间，我们将广告供应商纳入到CRM系统的审批流程中来，广告供应商直接登录系统，提交设计图纸和报价，销售确认后，价格报批渠道市场部；建店内容经过验收确认后，方可进行费用的支付。



### 2. 行业项目管理

针对低压电气项目的特殊性，在行业项目的部分，我们整合了各个行业的项目管理特点，将项目阶段主

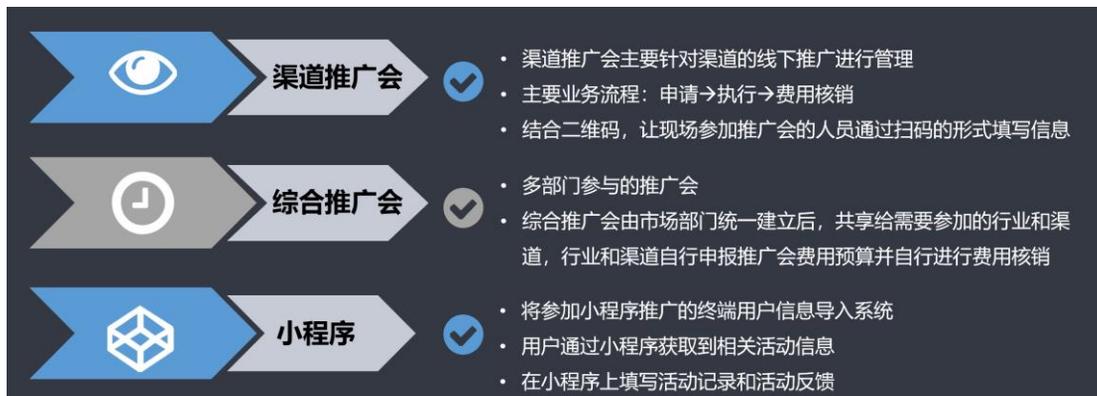
要归纳为5个部分；且赢标不是项目管理的终点，而是后面的实际项目采购。系统会针对项目管理中已赢标但未采购的项目进行跟进提醒。赢标的项目会实时同步到网单系统，供下单使用。



### 3. 推广活动管理

由于行业特殊性，德力西电气每年会发起多场推广会，有专门针对渠道的，也有专门针对行业的，还有一些是针对新产品推广的。因此我们在推广活动的部分，

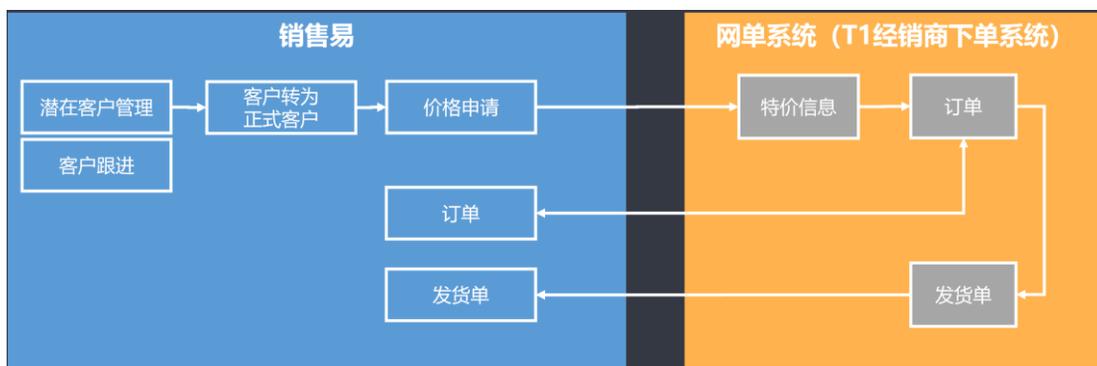
设计了5种不同的业务类型，分别是渠道推广会、行业推广会、PB推广会、铺市活动、五金小程序推广会。其中渠道推广会、铺市活动和五金小程序推广会都是和渠道相关的推广会。



### 4. 网单集成

由于经销商直接通过网单系统下单，为了更好的管控价格，CRM和网单系统之间有大量的数据交互。销售在CRM系统中申请特价，审批通过后将特价信

息同步到网单系统；网单在下单的时候会自动抓取相关的价格；且，网单的订单和发货单会自动回传到CRM系统。CRM系统会针对项目最后产生的订单、发货单进行统计分析。

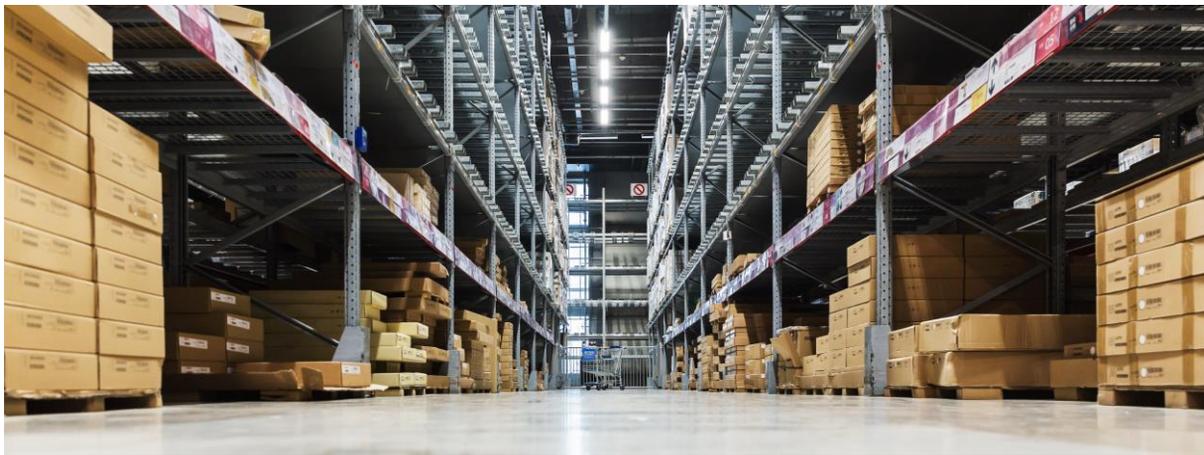


综上所述，通过上述方案，德力西电气在CRM系统上线后，解决了各个层级销售管理的痛点，促使销售

管理更加规范化、精细化，提升了德力西电气的销售效率，为销售额破百亿打下了信息化的基础。 [➔](#)

# 项目型销售&售后管理最佳实践 ——某仓储物流行业CRM应用实践分享

专业服务部 资深顾问 王靖雯 孙航



曾经，我们给大家分享过，做项目型销售的企业如何通过CRM系统打造端到端的销售流程。销售易的产品一直在不断迭代升级，我们在对CRM的理解也不断发展。今天，我们将通过某智能物流客户的案例，更加深入地分析传统行业中的互联网+先行者如何利用CRM一体化方案，更加数字化、智能化的管理客户互动过程，提升客户满意度，以实现可持续业绩增长。

## 客户简介

首先简单介绍一下这个客户。这个客户是一家快速发展的“机器人互联网+”公司，以智能物流为切入点，利用大数据、云计算和人工智能技术，专注打造极具智能的机器人产品，集高科技生产、研发、销售、服务为一体，通过领先的机器人产品和人工智能技术实

现高度柔性和智能的物流自动化解决方案，成为仓储物流行业技术变革的引领者。

## 客户面临挑战

在刚刚接触到这个客户时，我们发现客户也存在很多项目型销售企业普遍性的问题，比如：

- 销售团队迅速扩张，一管就死，一放就松，领导层决策很无助；
- 数据分散，资源都掌握在销售手里，销售一走，信息都被带走了；
- 企业内部资源分配不均，部门间职责划分不清晰相互扯皮，问题推来推去；
- 微信群太多，一个工程师100多个群，工程师抓狂，客户不知道工单进展。

经过调研，我们发现其业务挑战主要体现在销售管理、系统集成与售后服务管理三个方面。

首先，销售管理亟待规范。目前公司业务布局全国主要分为几个大区。一方面，销售团队规模迅速扩张，一管就死，一放就松，销售人员很迷茫，领导决策很无助。另一方面，由于缺乏系统支撑，导致线索分配不均，部门间的客户资源争夺令领导层头痛不已。同时，客户数据分散，客户信息不全，资源都掌握在销售手里，销售一走，信息都被带走了。

此外，打单流程也各异，项目过程监控不利，造成多个部门同时跟进一个客户，上午一拨销售去客户给出了报价，下午另外一拨销售又继续跟进。既给客户带来了不好的体验，又让客户可以借此压价。

基于此业务痛点，对销售管理平台的需求应运而生。借助于销售易CRM系统，便可以实现从市场营销、客户信息、商机信息、报价单信息、订单及回款的数字化集中管理，做到系统及时上报，实时共享。

立足于数字化管理平台，构建以客户为中心的360°视图，保证数据的累计沉淀，提高销售人员跟进积极，快速查询客户相关的数据，以此对业务决策进行数据支撑。并且通过销售机会精细化设置，固化打单流程，可以提升跟进过程中的合规性，促进各销售角色的协同效率。通过目标及目标完成情况仪表盘使得公司高层对销售业绩一目了然。

其次，销售数据与 ERP 系统、财务系统数据割裂，

经常掐架。通过与金蝶Cloud的系统对接，与ERP实现数据互通，让销售人员在CRM平台可以实时获取项目实施过程中的发货、回款信息。实时产出各种报表，供决策层做出决策，管理层发现问题，执行层获取信息。

最后，技术支持缺乏平台支撑，售后服务压力巨大。其销售模式为直销+渠道的方式，在国内采用直销，在国外发展代理商做为销售渠道，典型的2B业务模式。

客户服务团队分为：

- 软件技术支持，主要通过远程的方式为客户解决问题，团队内部分为一线、二线，一线为系统技术支持工程师，二线为产品研发，为系统技术支持工程师提供技术支持；
- 硬件技术支持，分为为客户提供远程或者现场技术支持服务，团队分为一线、二线，一线主要是现场服务的工程师，负责为客户提供实施和维修保养服务；二线为研发，主要为一线工程师提供技术支持；
- 仓储运营，为自营仓客户或代运营客户提供日常运维服务，仓储内的工程师作为一线工程师。

目前负责为客户提供技术支持的团队目前都在国内，当前为客户提供服务方式主要通过以下方式：国内通过电话、微信、现场等方式提供技术支持服务，国外通过邮件、电话、现场的方式提供服务。以至于微信群太多，一个工程师100多个群，工程师抓狂，客户不知道工单进展。





### 销售易CRM解决方案

在了解客户的业务痛点后，我们结合其核心痛点与需求，对其业务流程进行梳理，制定出《端到端销售流程》。在每一个节点，针对不同部门区分不同的业务形态。针对不同的形态，划分不同的业务阶段，加强销售及售后的过程管控。

对于销售流程，从市场活动开始，结合多种线索获取渠道，将线索集中在系统中。按照业务规则自动分配给对应部门、对应区域的销售。让销售第一时间获取线索并进行跟踪。而后续在持续跟进的过程中，逐步发掘商机，将商机的跟进过程记录在系统中，辅助打单，最终赢取项目。

在项目签署之后，公司内多部门通力合作，借助销售

与服务平台，提高内部协同效率，提升客户体验。而交付过程中的项目组紧密结合，不断优化操作、完善流程，最终提升客户服务效率。

然后，通过客服云多渠道建立技术支持与客户、内部用户的全链接，建立线上的问题处理流程。服务平台和客户的微信公众号、呼叫中心、官网进行打通，客户可以通过微信公众号进行故障提供和查询，微信推送故障处理进度。

服务平台和七陌呼叫中心集成，技术支持接电话后可以知道当前客户是谁，知道和客户的过往沟通历史，提升客户体验。服务平台和官网打通，为国外客户提供便捷的网站咨询服务。

通过销售易平台的能力对现场云的派工单进行改造，





建立多业务类型工单处理流程，问题处理流程更清晰，且便于后期细化统计数据，提升内部服务质量。通过分配规则建立工单自动分配流程，提升工单的流转效率。

最后，通过销售易平台的能力对现场云的服务项目进行改造，管理项目的整个生命周期，提升从项目角度的数据可视性。以项目为单位，通过项目360°视图能够了解项目相关的方方面面。通过销售易平台的自定义功能，管理项目过程中的进场流程、物料确认流程、硬件交付撤场流程、试运营支持流程等。

### 项目亮点

#### 1. 复杂的商机流程精细化、可视化

商机往往是稍纵即逝的，销售员必须迅速准确地判断，细心留意，以免错失良机。作为一名成功的销售人员，

不仅要创造销售机会，还要善于抓住每一个商机。将打单过程固化在系统中，让销售按照最佳实践推进机会，让机会跟进过程中的每一步都清晰看得见。

#### 2. BI智能分析，数据一目了然

一个月结束了、一个季度结束了、一年又结束了，哪个销售的赢单机会多？每个部门的商机跟进又如何？每次都要从系统中导出业绩表格，线下Excel进行数据分析？启用BI智能分析云，按照需求随心所欲分析数据，并随时共享给他人，公司业务尽在掌握。

#### 3. 服务平台落地，将前后端团队串联在一起，提升客户满意度

通过服务平台的落地，给客户带来在业务系统、业务流程、部门协作效率及客户体验等方面带来提升。➔



# 销售与服务一体化降本提效解决方案 ——数据技术领域CRM应用实践分享

专业服务部 资深顾问 王成



## 客户概览

该客户是国内领先的数据技术提供商，业务涵盖数据服务、数据分析和数据应用等领域。主要针对大中型企事业单位的数据中心，搭建IT基础设施数据平台，提供相关的数据存储与安全、数据库与数据管理、数据分析与应用等方面的解决方案和技术服务。

销售易为该客户提供了整套的业务管理流程，包括从市场到销售，再到服务派工，大大提高了工作效率，提升了跨部门的信息流转效率与协同作战能力，帮助企业降本提效持续发展。

## 业务难点

该客户目前的主要业务依托于一套OA系统的支持，随着公司业务的不增长，OA已经不能满足于业务的需要。

1. 针对销售开拓过程，从客户、商机、跟进情况管理者是没有办法有效进行管理的。
2. 尤其针对售后派工业务，OA操作复杂，并且不能够灵活的去调整业务流程。
3. 公司战略发展规划缺少数据支撑，数据汇总难，且从各个业务口汇总的数据不统一。
4. 移动办公诉求强烈，OA虽有移动端，但是非原生的，体验较差。

## 项目选型和解决方案

客户选型CRM系统过程中，关注点有如下要求：企业快速发展，选择CRM服务商就是选择一个长期的合作伙伴；业态不断变化，需要满足企业业务持续落地的信息平台；丰富的实施经验、科学的实施方法论，保障项目顺利实施交付。

销售易专业服务顾问在与客户了解实际业务诉求之后，



销售易整体解决方案

根据业务流程制定了相应的解决方案。主要分为三部分内容，市场线索运营、销售过程管理、服务支持管理。

线索运营部分将客户前期客户挖掘过程进行了细化，通过市场活动、销售线索来统计线索量、转化情况，并做统计分析。

销售过程管理，通过客户跟进、商机跟进、阶段分析来细化管理业务，提高销售赢单率。

服务支持管理，通过服务项目、派工单、维保计划来支持售后业务流程，量化考核信息。

## 应用成效

1. 解决移动端工作问题，销售易原生APP，应用更加便捷，解决客户一些业务必须PC端操作问题。
2. 提升销售管理，构建了市场-销售-运营的全流程，提供了不同业务的可视化分析。

3. 实时获取并掌握销售跟单情况，规范化并标准化销售流程，提升销售管理水平。

4. 完善优化售后服务，系统落地客户服务售后服务流程，帮助公司管理售后服务，提高公司服务质量，减少客户流失率。

5. 支撑高层决策，提供灵活的多维度报表，图形化数据，统一决策分析的数据出口，保证一致性。🔗

易成功

Success

# 运用销售易CRM高效践行管理理念，助力留美实习行业标杆高速发展——美邦国际成功案例分享

客户服务部 客户成功行业经理 漆泽琴



## 中外服·美邦国际

中国对外友好合作服务中心

北京联合美邦国际文化交流有限公司（以下简称中外服·美邦国际）成立于2005年，是中国对外友好合作服务中心直属的教育出境服务机构。中外服·美邦国际将赴美带薪实习、海外专业实习、青年师生赴美社会调研、国际志愿者实习等诸多如今在校园里耳熟能详的跨国文化交流项目首次引入中国。

中外服·美邦国际目前成为近400所高校的官方合作机构，在数百所合作院校建立了广受师生欢迎的良好口碑，组织参加各类项目的师生人数累计超过15,000余人，已发展成为国内该领域占据统治地位的领军机构和标杆榜样。

中外服·美邦国际总部设于北京，高素质团队成员已达130余人，在上海、广州、武汉、成都、西安、青岛、长沙等地均设有分中心，并在美国本土设有项目研发及服务协调中心。

### 管理痛点及挑战

#### 1. 经营数据统计分析低效且精准度差，较难支撑高层管理者及时精准决策

中外服·美邦国际高层管理者一直非常重视数字化，管理者需要通过数据加强对客户与市场的把握，及时了解运营绩效，辅助营销经营决策。为了统计分析数据，2012年前，美邦国际成立了8人数据团队，通过线下表格进行数据统计，每个表格多达几千行，效率低、无法实时更新且常出差错。2012-2013年，美邦国际专门招聘1名程序工程师开发企业自有信息数据系统，但随着程序工程师离职，信息数据系统自主开发之路也难以继。随着企业规模不断扩大，数据统计分析低效、准确性差、时效性差等问题日趋明显，越来越难支撑高层管理者及时精准决策以及快速响应市场需求的要求。

## 2. 原有业务拓展及服务流程复杂且相对低效，影响2B2C客户体验

中外服·美邦国际的业务模式是2B+2C，通过与国内高校达成合作，与高校联合招生。院校拓展与学生服务流程节点众多，尤其是学生服务与交付流程，从学生注册报名、缴费、英语口语测、面签、配岗到海外协调多达20余个接触点，任何一个接触点体验不好或有所错漏都会影响学生满意度与顺利交付，从而也会影响次年高校是否还愿意持续与美邦国际合作。

美邦国际通过线下人工收集学生资料、人工填写、人工通知的业务流程与服务方式相对复杂、低效，也易出差错，很大程度上降低了合作院校与签约学生的满意度。同时，一线销售团队与服务团队花费大量精力与时间，团队生产力也存在很大的解放空间。

## 3. 分支机构分布广泛，员工多地办公，协同成本高

美邦国际处于高速发展阶段，国内外驻地分散，管理工作繁杂，跨部门信息交互与协同办公面临难题。其中销售团队70余人，分散在各地拓展院校招生，管理者无法及时获取销售人员的工作情况，也较难快速响

应处理各类申请与业务问题。整体企业协同效率偏低，协同成本高。

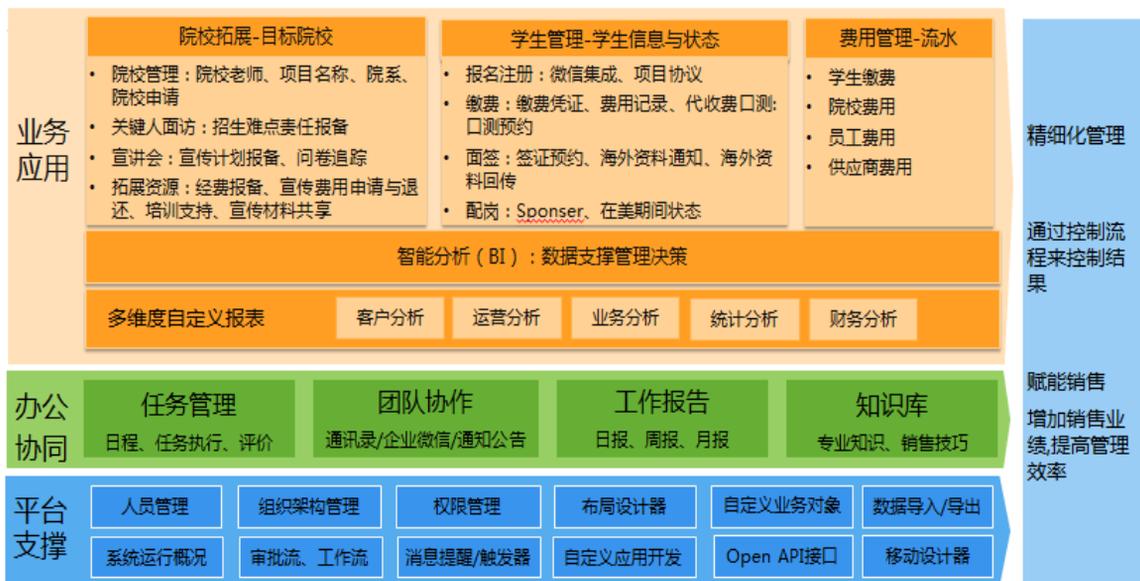
### 解决方案

中外服·美邦国际自2015年携手销售易，借助销售易CRM移动化、一体化、数字化的产品能力与服务能力，有机结合不同阶段企业发展需要与管理实践经验，逐步对销售易CRM系统进行功能升级与解决方案优化，目前形成了如下支撑企业高速发展的解决方案：

#### 1. CRM系统与微信服务号集成，实现学生服务自动化

CRM系统与微信服务号集成后，学生通过微信服务号自主注册、报名、缴费、预约口测之后，学生微信端的信息能及时通过API传输到销售易CRM生成相应的数据信息与学生状态。

美邦国际服务人员在核实学生信息与状态后，通过CRM端发送通知也能快速推送到学生微信端。学生服务的自动化，极大程度上提升了学生服务及时性与



准确性，降低了人工收集、提交、录入资料的处理时间与信息差错风险。对外直接提升了学生终端客户的

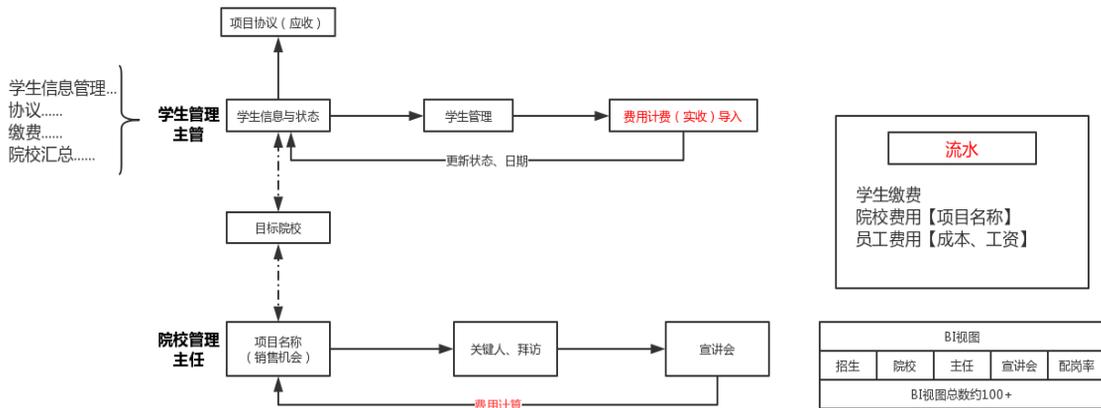
满意度，对内提升了一线销售团队与服务团队的工作效率。



## 2. 自定义对象契合业务管理，全面提升企业运营效率

销售易CRM系统标准业务对象能够兼顾大部分企业的共性需求，自定义对象又能满足企业个性化的业务

场景与扩展需求。美邦国际在4年的CRM应用与系统应用中充分运用自定义对象满足多样性、个性化的业务需求。例如通过“学生信息与状态”的自定义对象承载微信端学生的注册信息。



## 3. 实时数据可视化，智能分析有效支撑管理决策

在数据及时准确沉淀的基础上，美邦国际充分发挥智能分析云 (BI) 的作用，自定义各类数据统计分析报表、视图与报告。例如项目招生、院校拓展、销售行

为、学生服务、财务费用、系统监控等汇总统计、同比环比等监控报表，极大地方便了企业经营业绩管理、营销指导优化、销售绩效核算。例如：数据中心整合项目招生情况，每日形成销售战报，上传至CRM系统，提示高管团队与销售团队关注并及时调整市场开拓策略。

项目招生数据

学校拓展数据

销售行为数据

学生服务数据

财务费用数据

系统监控数据



#### 4. 同一平台办公协同深度应用，助力提升企业精细化运营效率

院校拓展与学生服务流程节点众多，涉及跨部门跨职能的审批与支持非常复杂。美邦国际将销售易CRM定位为**核心业务系统**，公司全员使用该系统处理相关业务流程，确保信息交互统一、透明与及时。销售易CRM灵活配置的审批流、日程、公告、任务等办公协同功能很好的支撑了各类业务审批与业务管理。例如：各部门会将各类管理制度的执行进度与核验结果及时发布在系统公告中，如CRM填报规范公告、销售每日考勤公告、评优评先的奖励公告等。

#### 5. 全能角色化首页，全面提升用户体验与交互效能

企业内部不同层级、不同部门、不同职能的员工岗位职责是差异化的，延伸到CRM中各职能角色需要关注的内容与使用功能也是差异化的。领导层更关注企业经营数据，参与审批与经营决策；管理者更关注部门业务目标达成的过程管理，需要对上负责数据呈现与分析，对下掌握销售与业务动态，横向跨部门沟通协作；操作层更关注自身业绩目标完成情况，需要及时了解目前客户、商机、业绩绩效状态。美邦国际按需定制，为每一类角色职能员工配置了不同的首页，无论PC端还是移动端，登录系统在首页就能方便快捷地进行业务重点查询与操作，进一步全面提升了用户体验与交互效能。



## 项目收益

### 1. 数字化有效支撑决策，大幅提升企业运营效率

- 一线数据实时更新，各类企业经营数据实现2小时内整合准确更新，高效支撑企业经营决策与业务优化；
- 缩减数据处理成本，数据处理团队从最初8人缩减到目前2人，数据处理人工成本大幅缩减。

### 2. 2B2C客户满意度大幅提高，助力经营业绩快速增长

- 院校与学生信息流转及时、高效、准确；
- 客户服务营销流程精简，从人工到自动化。

上述两个关键因素，对外很大程度上提升了院校与学生的满意度，对内解放了销售团队与服务团队生产力，推动美邦国际的业绩快速增长，2019年较2018年增长近20%！

## 3. 同平台信息统一协同增效明显

- 销售业绩、绩效、费用成本核算及时准确：销售团队的业绩考核与行为考核以系统中的数据为准，人力资源部核算销售绩效，财务部门核算成本费用等更为及时准确。
- 跨部门协调与支持更容易：同一平台交互，企业内部纵向沟通、横向协调更方便快捷。
- 业务流程优化与职能整合提升人效：例如CRM系统通过自定义对象承载了财务报销业务流程后，线上报销处理的部分职能转移到了数据中心，实现财务部缩编1人，真切体现了CRM系统减员增效的价值。

## CRM系统推进经验分享

### 1. CRM是一把手工程

企业信息化与数字化是大势所趋，是企业发展的必由之路。以CRM为核心的信息化是高层的战略，是一把手工程。如果高层不牵头推动、底下人很难使用起来，仅依靠中层牵头，很难有效推进。CRM系统要



1

一把手工程

2

懂业务又懂系统的人

3

管理机制配套推进落地

4

系统输出支撑决策，体现价值

5

定期业务评估与系统梳理

落地，一开始都会面临很多困难，这时候需要高层强大的决心和支持。美邦国际启用CRM前一到两年也面临了诸多困难，公司一把手多次站台，制定相关制度强制推行，养成了公司全员使用CRM开展业务的工作习惯，在支持销售移动办公、提升协同效率的同时，坚持数据精准沉淀，方能在价值输出阶段以后更好地让数据说话，支撑企业高速发展。

## 2. CRM落地需要懂业务又懂系统的人

CRM信息化战略要在企业里落地，必须将系统功能高度契合业务流程与管理需要，天然需要既懂业务又懂技术的对接人与系统管理员，CRM供应商的客户成功经理不能替代这一角色。美邦国际为了实现CRM信息化落地，由联合创始人吴总牵头，成立了专门的数据中心，招聘了IT与数据分析专业的对口人才，能快速实现CRM功能内化与业务契合，在CRM实施阶段就能保障核心业务流程与管理诉求能通过系统功能实现。随着企业发展，许多后期增加的系统配置与数据处理需求都能快速自我实现。

## 3. 需要管理机制配套推进落地

CRM系统的推进使用，需要结合企业自身情况配套相应的管理机制。销售团队天然抵触CRM系统的使

用，一线不用，数据就无法准确沉淀，业务流程无法正常运转。为了解决这一问题，美邦国际在考核机制与系统核验机制上采取了多方面的措施。例如：销售团队的考勤、业绩与绩效核算以系统数据为准；为了确保数据的准确性，出台CRM信息完善规则与团队认捐机制，数据中心对数据填报不及时、填报错误的销售人员，在CRM系统中及时进行公告与绩效扣减...

## 4. 系统输出支撑决策，体现CRM价值

CRM的价值体现相对较难量化评估，需要追溯企业最初上CRM的初衷与痛点。如果能很好的解决原来的业务痛点，例如实现了移动办公、销售的行为管理、优化了原有业务流程、沉淀了客户资产、提升了协同运营的效率，提供准确的数据分析呈现及时支撑管理决策等.....美邦国际迄今长达4年的销售易CRM信息化之旅，在上述各方面都取得了明显的效果。

## 5. 定期业务评估与系统梳理

CRM信息化伴随企业整个生命周期，不可能一蹴而就。企业在不断发展，不同阶段的业务模式、客户管理、业务流程、组织结构、运营管理各方面都会有差异，这就要求企业内部定期对CRM系统进行功能梳理与评估，在功能模块、账号增减、版本升级、基础

配置、系统集成等方面契合业务发展需要。只有与时俱进、适应企业发展需要的CRM系统才能真正成为企业经营业绩增长的助推器。 [▶](#)

### 【客户证言】

当时选择销售易是因为移动端，使用4年以来销售易CRM表现一直很让我们满意，强大的自定义与智能分析云能快速契合我们的业务。企业变大，业务变得更复杂以后，我们管理的精度没降低，反而越来越精细化。2019年销售易帮助我们实现销售业绩增长20%，值得信赖和推荐！

——中外服·美邦国际联合创始人：吴飞



# 实现从市场到销售的全流程管理 ——盖雅工场项目案例分享

客户服务部 客户成功行业经理 汪小花



## GaiaWorks 盖雅工场

### 关于盖雅工厂

盖雅工场通过业界领先的劳动力管理软件云服务平台和优质高效的服务能力，为包括“二五一十”（世界500强、中国500强、行业前10名）在内的众多大中型生产制造、连锁零售、现代服务业客户和政企单位如通用电气、三星、大众、华润、雅诗兰黛、耐克等，提供从劳动力计划-智能排班、劳动力执行-复杂考勤、劳动力绩效-生产工时和销售绩效及劳动力大数据分析等全流程劳动力管理解决方案，帮助企业精确控制劳动力成本、快速提升劳动力效率、预先规避合规化风险并切实提高员工满意度。

### 盖雅工厂销售管理痛点

#### 1. 销售无过程管理

对销售的行为无法掌控，销售过程管理脱节，导致很多重点大商机悄无声息的消失。

#### 2. 报告不直观、源头看不清

数据都源自线下表格手动统计，月度、季度、半年度等报告数据常不准确，且无从找出错误源头。不能准确预测商机，输单原因无法具体分析。

#### 3. 活动管理及线索培育缺失，营销管理只停留在关注线索数量的阶段

市场活动的组织、获取和分析给他们带来很大的难题，市场部花费大量金额，因未能很好的培育过早轻易推给销售，浪费了销售人员的时间，无法提升转化率。

### 销售易解决方案

#### 1. 销售易CRM帮助盖雅从销售行为开始管控

每个销售拜访客户新建拜访日程+现场定位拍照签到



打卡+拜访记录，领导随时查看每个销售行程轨迹。根据每个销售关注的侧重点，布局不同的移动端和PC端页面，让他们实时了解业绩完成率。

区分不同产品和业务，商机产品在线预测分析，及时发现问题，应变调整，随时为交付做准备。重点商机再也不会悄无声息地消失。

## 2. 销售易CRM独特的BI可视化报告，帮助盖雅团队更清晰的分析业务流程和管理

BI可自定义分组汇总，按月、按季度、按团队等制定销售业绩分析看板、销售预测看板。灵活统计，图形自定义展示等，及时分析输单原因。通过深入地钻取了解每一份报告数据来源，直观的反应这每一个节点状态，真正的帮助盖雅更好的管理。

## 3. 销售易营销云帮助盖雅算清楚花的每一分钱，能更聪明地多花钱

营销云通过埋点部署，如官网、微信、邮件、短信、线下活动、智能名片、搜索引擎等渠道追踪轨迹，获取线索与CRM数据库里客户信息进行清洗和匹配，设定标签管理，线索打分及热点线索自动推送等，帮助盖雅减少低质量线索，增加高质量线索。

在线组织有针对性的活动，进行用户行为追踪和及时提醒，线索360度图示，交互历史完整呈现，加上盖雅SDR callplan过滤提供更多商机和赢单，未转化线索的持续培育，大大提升线索转化率。

## 总结

销售易CRM帮助盖雅实现了真正互联一体化，从提供高效的销售线索，到销售行为管控，销售商机预测和分析。让管理者随时了解销售进度，及时发现问题，改进问题。帮助销售提升业绩，让盖雅实现了理想中全新的销售管理模式。

BI可视化报告解决管理层业务数据分析痛点，让老板实现打开手机app随时查看数据变化，同时也为企业提供精细数据分析。

营销云帮助盖雅自动化、多渠道获客，实现营销管理数理化、透明化，大大提升高质量线索及转化率，提升业绩增长，实现活动与内容的全程管理。

盖雅工厂营运副总裁李炜先生，谈到为什么选择销售易。他回答：企业基于长远发展，销售易的客户成功提供顾问式专业的服务，帮助我们更好的使用。同时销售易产品也一直持续快速迭代，这样的产品和服务正是我们需要的。🔗

# 颠覆传统办公，开启企业高效办公新时代 ——石墨文档项目案例分享

客户服务部 客户成功行业经理 闫峰



武汉初心科技有限公司成立于 2014 年，在北京、上海、武汉设有分支机构和服务中心，自推出中国第一款在线协同文档办公软件——石墨文档以来始终保持业界领先地位，现已成为国内体系最完整、功能最完备的企业级协同办公套件。

石墨文档针对中国企业办公模式及各行业的差异性推出多种版本，提供定制化的服务支持，力求推动「办公协同化、数据资产化、安全体系化、组织系统化」的现代化办公模式在我国的演化、普及进程。

秉承着「做一款中国人自己的产品」的初衷，武汉初心科技坚持做一家有人文温度的科技公司，不仅重视企业协同办公、数据安全、移动办公等需求，积极优化、完善产品和服务，还在产品设计上全方位渗透中国文化美学，让用户兼得高效、安全、灵活的协作空间和精致典雅的至美感受。力图打造世界级的优美产品，为企业提供极致的服务，向世界传递中国科技创新与文化自信。



**管理痛点及挑战**

**1、线索质量、跟进率、转化率及时反馈与统计**

公司处于快速发展时期，每天通过各个渠道进入大批量线索数据，线索是否真是有效？销售人员是否能及时跟进大批量的线索？是否存在未及时跟进而错过最佳打单时机？包括线索跟进后是否转化为真正的公司收入，这些信息通过线下的记录无法及时反馈和统计。

**2、客户信息分散，客户的分类沉淀管理尤为重要**

介于石墨文档有个人客户也有企业客户，不同类型客户的标签和画像均不同，对于基础数据的整合和沉淀

工作量大，如何将客户合理分类并且将关键信息准确的呈现显得尤为重要。

**3、大型项目需要进行流程化管理**

随着石墨文档产品的快速迭代，越来越多的大型企业需要通过石墨文档进行多部门的协作管理。大型项目的项目周期长、整体客户单价高、涉及多部门协作。打单过程中更加体现出流程化管理的重要性，如何

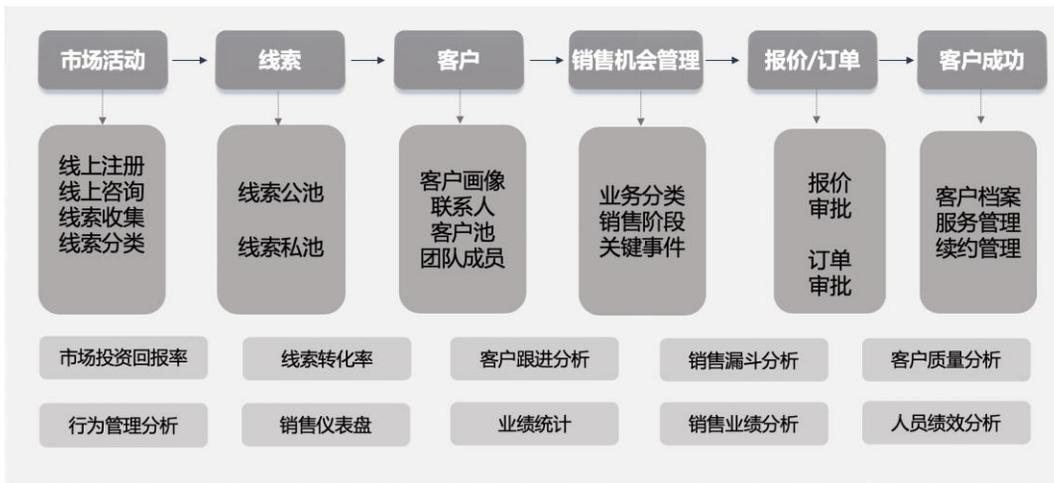
快速复制顶尖销售把控每个关键节点的进展成为大项目的关键。

**4、新老客户的过渡和服务**

对于SaaS软件，在石墨文档迎来越来越多的老客户续约时，销售部门提供的客户信息与客户成功部门获取的信息直接影响客户的持续服务甚至续约工作。更好的提高客户体验和创造客户价值，通过一个平台来展现数据是所有SaaS企业的核心。

**解决方案**

销售易专业服务顾问针对客户管理痛点与业务需求提出如下方案：



### 1、线索打通CRM，把握客户黄金转化时间

通过销售易的API对接，将线上注册的线索及时导入线索公海池，实时有效的进行数据同步。并且通过线索池的自动分配机制，高效的分配给销售进行覆盖，不仅可以把握客户转化的最佳时机，也避免了线下分配的各种影响因素。

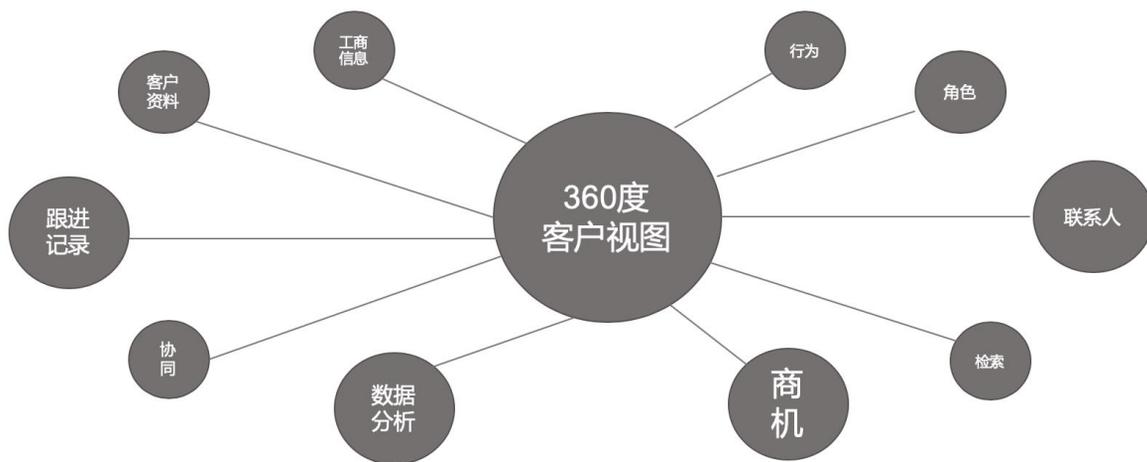


### 2、客户信息标签化沉淀，规范企业资产

客户作为销售易CRM系统的核心模块，一方面通过移动端便捷高效的将客户信息以及联系人信息随时随地记录；另一方面，将分散的资料逐步沉淀并方便销售人员及时查看和跟进。为销售带来便利的同时把核心信息规范在企业手中，形成一个客户管理平台。同时通过活动记录也可以掌握客户的跟进频次和跟进方式，便于管理规范。

### 3、精细化管理项目重要节点

销售易CRM上线后，我们根据石墨文档的产品类型进行了不同的项目流程管理。中小项目短频快的节奏进行项目推进，大型项目对于每一个节点的关键事件进行精细化管理，并体现在销售流程中。通过销售易精细化打单流程固化销售方法论，帮助新人快速上手同时复制顶尖销售。





## 项目总结

### 1、两个流程一个过程，实现销售流程自动化

对于SaaS企业的管理流程来讲，整体的业务流程较为标准，销售易帮助石墨文档实现两个流程一个过程的管理。通过线索-客户-项目-订单-回款的流程、销售机会的精细化管理流程、客户和项目的跟进过程管

理实现销售流程自动化。

### 2、专业的人专注做专业的事

在石墨文档的服务周期内，客户方将流程的梳理和推进安排到商业化中心进行统一负责和对接。双方制定内部推进计划，以业务推进流程作为计划基础，从线索管理-客户管理-项目管理-报价订单管理-客户成功管理-BI数据分析，每个节点进行优化和推进。

### 3、CRM既是一个阳光工程也是一个一把手工程

对于销售易来讲，系统的推进离不开客户高层的支持，石墨文档高层和商业化中心的大力支持是项目落地的关键，也成功验证了销售易在协助SaaS企业完成数字化经营的可行性，重塑企业与客户的连接，实现业绩增长。[🔗](#)



易宝典

Skill-get

# 如何更好的使用API和PaaS平台

销售易客户服务部 技术支持工程师 孙广文



## API都能干什么？

销售易标准的CRM功能，可以满足大多数用户的基础使用，但随着客户的深入使用，遇到的个性化需求越来越多、业务场景越来越复杂，个性化的需求无法全部满足。因此，销售易CRM提供了API和开发者平台。用于业务逻辑开发。

API（Application Programming Interface，应用程序编程接口）在系统对接上提供了强有力的支持。通过API接口，能够满足CRM系统内数据实体的增、删、改、查功能，配合PaaS平台，就能实现大多数用户的标准+个性化使用需求。

举个例子：CRM系统内数据，可以通过API接口获取，然后经过代码处理，同步到客户的第三方系统中，实现数据对接，同时也能完成客户公司内部的一些复杂的业务逻辑。

## API常用的几个接口：

### 1. Query查询接口

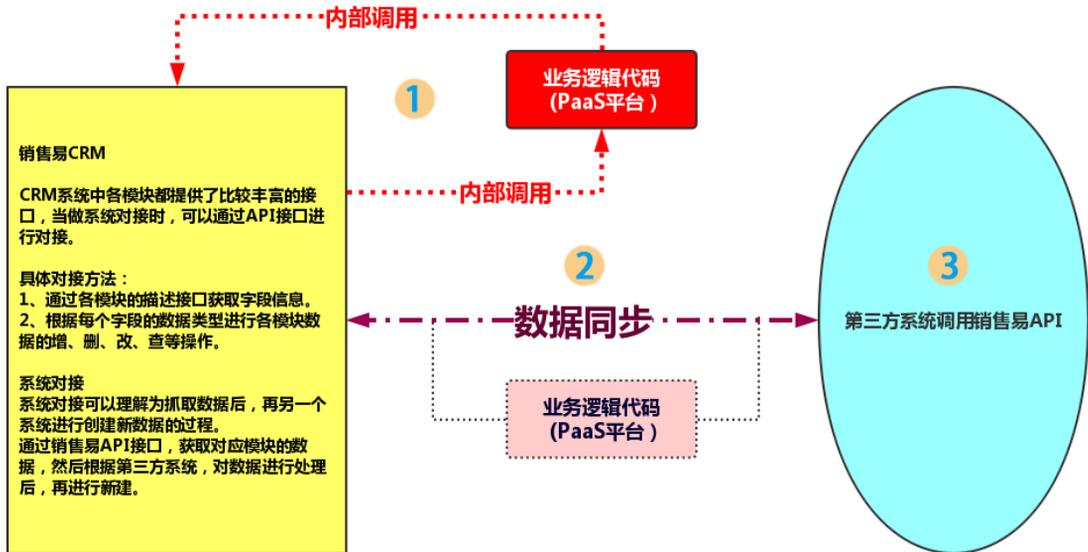
销售易API中支持SQL查询，使用SOQL语句可以针对客户需求的一些数据进行查询，提高了一些业务场景中查询数据的效率问题。同时，也方便了PaaS开发中，数据的分类和处理。

### 2. 多维度接口

通过多维度接口的获取，能够有效的获取到客户实体下的一些关联关系、引用关系的来源。

### 3. 描述接口

描述接口，针对于PaaS开发有很重要的作用，每个实体的描述接口向开发者描述了该实体下字段的数据



类型、字段名称、编辑性等特点，方便开发者针对该模块下的数据进行有效代码开发和修复。

#### 4. 创建/更新/删除接口

各实体下创建、更新、删除接口是数据同步时必不可少的。

#### API应用的举例

##### 场景1:

某公司需要对订单 (order) 实体中: 总金额 (amount) 字段下的阿拉伯小写金额转化为中文大写金额并存放在字段大写金额 (Upperamount) 中。

API处理逻辑:

1. 通过Query接口获取订单的ID以及总金额 amount。
2. 编写金额转换代码，将amount中的数值进行大小写转换。
3. 调用订单的更新接口，通过订单的ID，将2中转换后的文本更新到Upperamount字段中。
4. 上传代码到后台业务逻辑代码中并启动，即可启动触发。

##### 场景2:

某公司需要针对客户 (account) 实体下，客户数据进行创建时间统计。根据当前时间 <now () > 与客户创建时间 (createdAt) 进行比较，每天统计该客户的创建时间并存入字段创建天数 (Days) 中。

API处理逻辑:

1. 通过Query接口获取客户的ID以及创建时间 (createdAt) 。
2. 编写代码，获取当前日期，并将当前日期的数值与createdAt做差，获得一个差值X
3. 通过客户更新接口，以ID作为数据限制，将获取的差值X更新到创建天数 (Days) 中。
4. 系统后台创建定时任务，定时为每天执行，并上传编写好的业务逻辑代码，并启动。

类似的API应用例子其实存在很多。只要系统自带的一些功能不满足客户需求，大多数的业务场景都可以用API功能和PaaS平台编写代码满足的。

#### API使用TIPs (针对PaaS开发一定要有基本的编程基础)

1. 租户每日调用API次数: 账号数量\*1000次/天

2. 实体描述接口的作用：提供实体中字段在数据库中的存储名称、存储类型等相关描述。针对数据查询和创建，提供了很便捷的条件。因此，当针对某个实体进行查询或创建时，请一定要关注实体的描述接口。

3. 业务类型编码在描述接口中如何获取。业务类型是一个很重要的字段，通过该字段可以对数据进行划分。业务类型在描述接口中名称为：entityType。多业务类型时，需要查找 entityTypees。

4. 创建数据时，选项和通用选项是如何创建的？描述接口中，选项、通用选项字段存放的大多数为字符串

类型数据。每条数据都以整形（Integer）的id作为标记。创建数据时，只需要将每个字符型数据的对应id传入即可。同时，在编写代码时，一定要格外注意字段的数据类型。

5. 使用Query接口查询时，如果限制条件为时间（日期），需要将对应时间、日期格式转换为时间戳（ms级别）。

6. XOQL接口和Query接口查询是有区别的，Query接口只能查询单实体实时数据。而XOQL查询，是可以多表关联查询非实时数据。[🔗](#)

# 七个你最需要知道的BI智能分析云使用技巧

销售易客户服务部 服务运营推广主管 陈冶



BI智能分析云，作为销售易系统中最好用的统计分析、数据展现工具，是每一个用户都应该最应该学习&应用的功能，本文总结BI使用过程中7个小技巧，帮助你更好的使用这款分析工具。

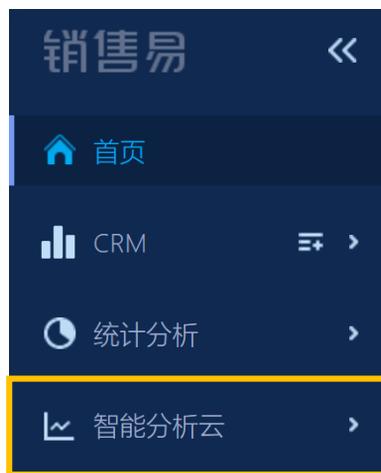
## 一：如何免费开启智能分析云

BI智能分析云，是销售易标准产品就自带的功能，如果你还没开始使用，那就太可惜了。开启方法如下：

- 1.以管理员的身份登录CRM
- 2.单击系统>系统设置>用户和权限，通过分配License为指定的用户授权
- 3.勾选目标用户，选择用户授权按钮

- BI企业版功能—基础能力 (604/1000)
- BI旗舰版功能—高级能力 (605/1000)
- BI专业版功能—最佳实践 (604/1000)

- 4.单击保存，完成License分配。
- 5.返回到CRM首页，刷新后，智能分析云的入口会自动显示在首页的导航栏。



通过以上操作步骤，就可以为相应用户开启BI功能。



## 二：视图、看板、报告之间的关系

BI智能分析云的数据展现，分为三个层级，报告>看板>视图，他们具体的关系如下：

- 视图：对数据进行拖拽、加工制作的图表，是可视化报告的基本单元
- 看板：将视图按照一定业务逻辑以磁贴式的布局组织起来的一个分析主题。一个看板中可以包含多个不同的视图，并且支持全屏（大屏）展示。一般情况下，一个看板推荐展示一个业务场景下的数据分析结果。
- 可视化报告：多个看板的合集。一般推荐一个报告讲述一段时期或一种业务的全部数据。

## 三：不同类型字段的筛选器筛选规则

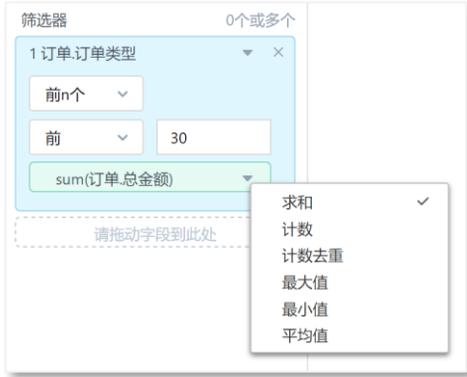
在制作BI视图中，筛选是核心工作之一，用来指定数据范围，但不同的字段类型，可以进行的筛选方式并不一样，你是否清楚每种字段的筛选能力？

### 1. 单选型



针对单选型的字段，筛选器包括以下运算方式：

- 包含/不包含
- 为空/不为空
- 前n个：对数据进行排序，排序规则需要引用度量，默认取第一个度量值，也可自行拖拽数字字段放入，支持设置该度量字段的运算逻辑。



## 2. 文本型

针对文本型的字段，筛选器包括以下运算方式：

- 包括
- 等于
- 包含/不包含
- 前n个
- 为空/不为空

「包括」需要手动输入内容，「包含」输入内容后会联想，两者均为精确匹配，可以输入多项内容，用半角逗号分隔。



## 3. 数值型

针对数值型的字段，筛选器包括以下运算方式：

- 等于

- 大于/大于等于
- 小于/小于等于
- 介于（含）/介于（不含）
- 为空/不为空



## 4. 日期/时间型

时间型字段可以按照相对时间和绝对时间两种方式筛选：



### ①相对时间

相对时间的运算方式包括：

- 等于
- 介于（含）/介于（不含）
- 大于/大于等于
- 小于/小于等于
- 为空/不为空

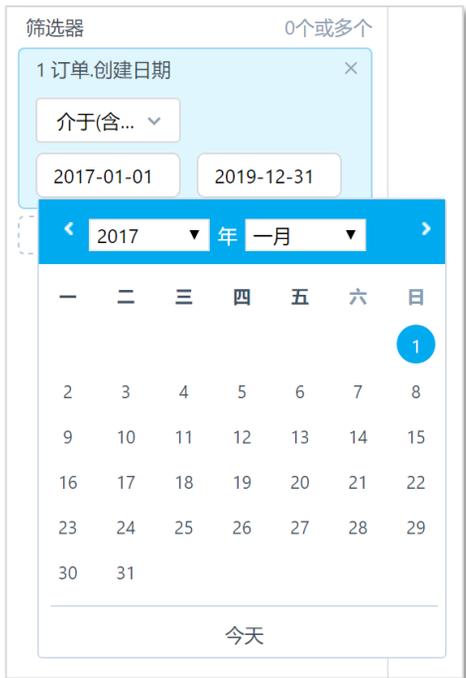
相对时间范围，可选的颗粒度有年、季度、月、周、日。



### ②绝对时间

如果需要具体某个时间段的数据，或相对时间的取值范围不满足需求，可切换至绝对时间筛选，绝对时间的运算方式包括：

- 介于（含）/介于（不含）
- 大于
- 小于
- 为空/不为空



## 四：时间/日期字段的特殊使用方法

时间/日期类字段，相比其他字段多几种使用方法，这里特殊介绍下：

### 1. 同环比

当筛选器中有时间/日期字段时，可以对度量做同/环比，例如列出本月订单总金额与去年本月的数据（同比），或与上月的对比（环比）。方法如下：

#### ①度量要拖入两次

需要同时显示目前、同比/环比时的数值，就将需要度量的金额字段拖入「度量」处两次、同时将需要选取的时间范围字段拖入筛选器。



#### ②筛选同环比范围

在第二个度量上点击下箭头，选择同比/环比。



选择需要比较的日期/时间字段，以及同比或环比，比较的颗粒度根据筛选器的颗粒度不同而不同。例如筛选器颗粒度为月，则同比可选去年本月或上季度第X月。



对于同环比的显示结果，也可设置为显示数值本身，显示增减情况，或增长率。



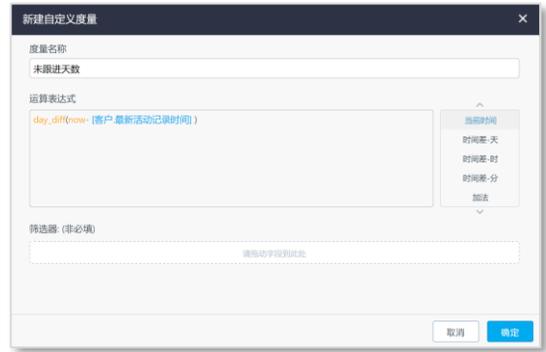
### ③应用结果

设置好后，点击应用，即可查看同环比结果。

## 2. 日期的加减法

自定义度量可以对数值做运算，而日期/时间字段，也可以被计算！例如我们想要知道目前还未结束的商机，自创建至今已经多少天了；或部分重要客户，距离上次跟进已经多少天了，都可以用日期计算得出。

在新建自定义度量中，右侧计算公式下滑，可以看到时间的计算公式。例如我们想知道客户有多少已经一个月以上没跟进，选择「时间差-天」，用「当前时间」(now) 减去系统自带字段「最新活动记录时间」，就可以得出此客户的未跟进天数。

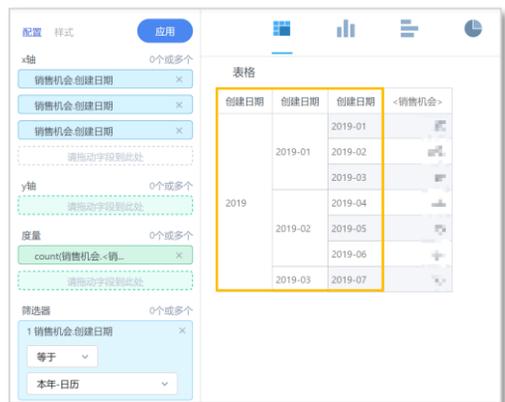


## 3. 日期/时间在XY轴上的显示

当选取日期/时间字段在X轴、Y轴上时，可以设置显示的时间颗粒度，默认为天，也可显示为周、月、季度、年，例如方便的查看本季度每周的客户创建数量。

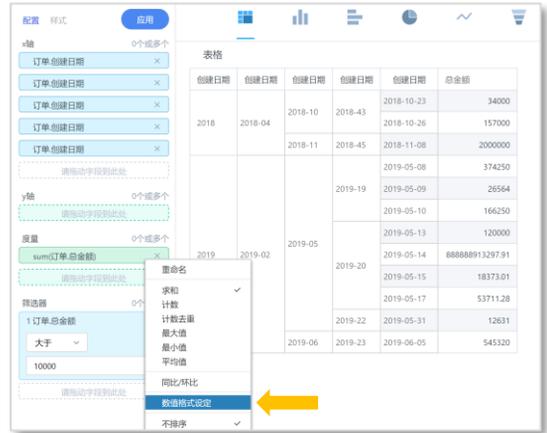


这也就意味着，可以把同一日期/时间字段多次拖入X轴/Y轴中，分别设置不同的颗粒度，便可以显示时间的透视表了。



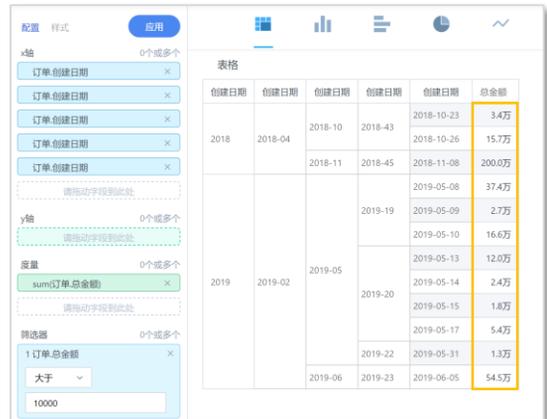
## 五：重命名、设置数据格式

将字段拖入X/Y轴或度量后，可以重命名，例如上一技巧图中，拖入了三个「创建日期」字段，最后一列表头只显示「销售机会」四个字，表意不清晰。



在对这些字段重命名后，表格的含义可以让人立刻明白。

例如将格式都设置为数值，且单位设置为万，这样数字的大小瞬间就清晰很多，可以快速分辨出孰高孰低。



另外，对于展示金额等数值的度量时，因为数字往往较大，且经常包含小数，具体数字难分辨，我们可以统一数据格式。

## 六：阈值设置

在上一个技巧的基础上，如果我们想更快分辨哪些月份数字太低，或哪些月份数字太高呢？BI视图「样式」

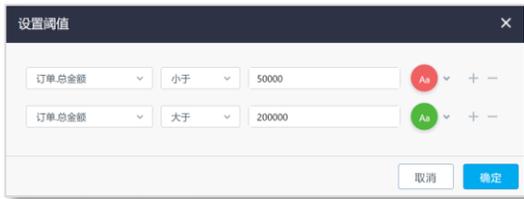
中的「阈值」可以快速为某一范围的数据标记颜色。



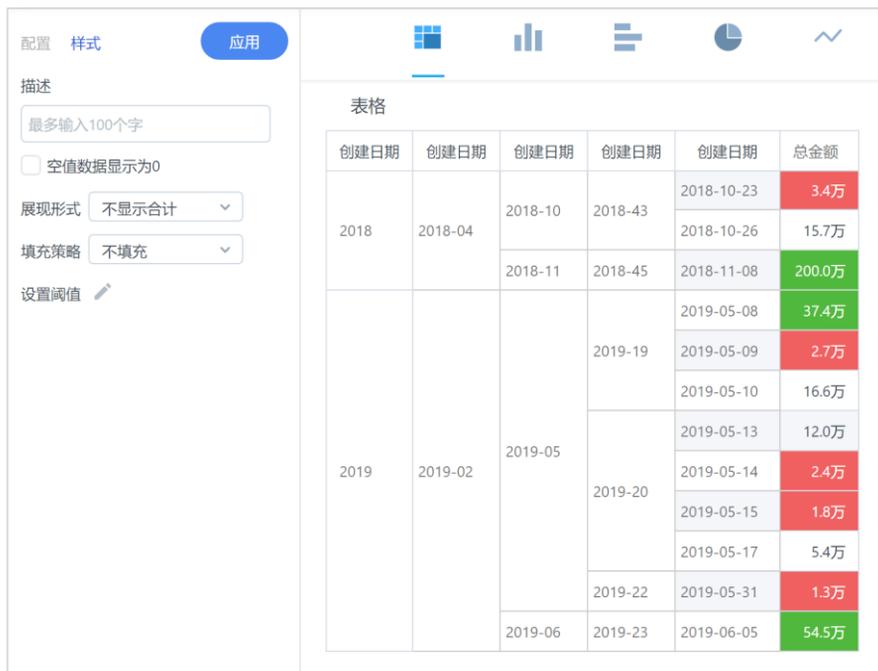
### 七：自定义度量中避免分母为0

当你熟练使用BI之后，应该会设置较多的「自定义度量」，而在进行其中的除法运算时，要特别注意，如果除法的分母为0，BI会直接报错，无法显示视图。

常见场景：本月完成金额/上月完成金额，通过表格看一整年每个大区的金额增长情况，若其中某一大区某个月份因为架构调整或其他原因，完成金额为0，视图将无法计算。需要剔除或修改为0的数据，才能生成BI视图。 [➔](#)



简单的设置后，就可以快速看出哪个月份数字完成未达预期，或超出预期了。



**易报道**

News

# 销售易aPaaS入选Gartner供应商名单，一站式应用构建，决战企业应用层

近年来，我国云计算产业正在蓬勃发展。据统计，2017年我国云服务市场规模已超过698亿元；而国家也持续推出云计算行业标准，大力支持企业上云。PaaS作为云计算三大产业链（IaaS、PaaS、SaaS）的中间力量，起着承上启下的作用。近期，国内企业级移动CRM开创者销售易成功入选国际知名研究机构Gartner 2019 aPaaS供应商名单，意味着销售易aPaaS平台已符合国际顶级行业认证标准。

Gartner将PaaS市场细分为多种领域，其中一大类是侧重应用层（SaaS层）部署和运营的平台aPaaS（Application PaaS），擅长快速交付云应用程序并高效实现企业的数字化流程。随着云计算的日益普及，企业对云上的应用开发和管理模式都提出了更高的要求，而aPaaS在帮助企业级应用实施方面具有天然优势。对于SaaS层企业及软件开发商而言，拥有强大且稳定的aPaaS平台变得愈加重要。



销售易 aPaaS 架构

首先，由于企业业务模式千差万别，譬如同样是销售业务流程管理，一个销售飞机的企业与一个卖可乐的企业，销售业务模式差异度高达99%。显然使用标准化销售管理SaaS软件无法满足各个行业的销售流程管理。所以是否拥有高效开发、灵活定制的aPaaS平

台已逐渐成为企业CIO在选择SaaS应用的重要考核标准。

其次，对于传统软件开发商，不仅需要研究业务逻辑、开发应用程序，同时也需要更多资深的IT人员，花费

大量时间在底层的基础设施建设方面，如创建、管理和部署应用程序的环境等，由此造成企业应用程序的开发周期长、项目成本高。而现如今，软件开发商可将大量底层架构与通用产品能力的搭建交给专业的aPaaS服务企业，自己专注投入于核心的应用实现与个性化的业务创新上。

可见，aPaaS的核心能力是低成本开发，高效率交付。借助aPaaS平台的功能模块高复用度，SaaS企业或软件开发商通过少代码或无代码的低成本开发，快速实现企业个性化的业务需求。

然而面对国内各式各样的aPaaS平台，CIO们如何识别出真正强大的aPaaS平台？下面通过以下五个方面的技术详解：部署能力、数据安全访问能力、开发能力、前端展现能力，集成能力等，帮助企业甄选出具有真正过硬实力的aPaaS供应商。

**第一，强大的aPaaS平台支持多云部署，在保持代码统一开发的前提下，能够满足企业数据安全合规性，实现指定云端部署的特殊要求。**

通过容器（Docker）等技术建立先进的微服务架构，此架构犹如一个个集装箱的集合。多云部署，简单理

解就如同将一套开发代码打包在各个集装箱里，快速部署到不同云端，如AWS云、腾讯云以及企业私有云等，实现多云端灵活部署。虽是多部署版本，但开发代码是同一套，便于后续统一维护、升级，极大降低企业运营成本。同时，满足特殊行业如金融、政府等对数据安全的合规要求，利用多云部署能力，轻松实现将企业应用部署到指定的安全云端。



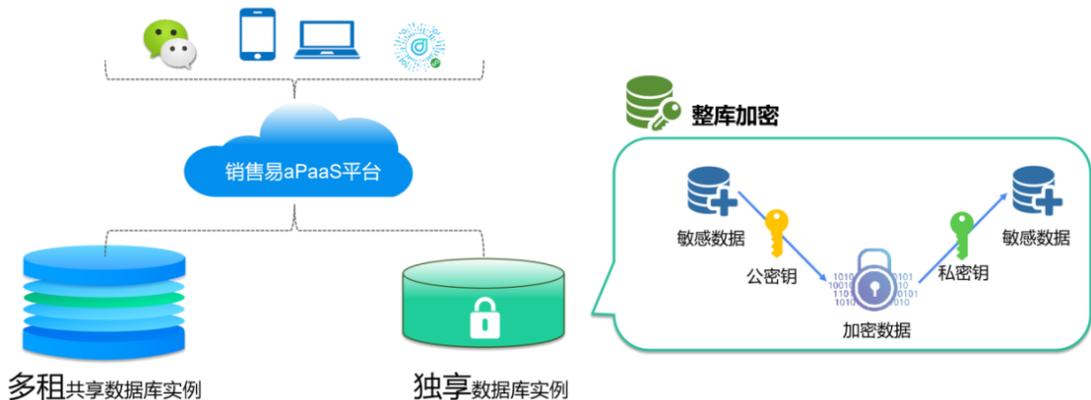
此外，aPaaS平台能够提供沙盒环境，为产品在全生命周期中，从产品开发、单独测试、联动测试到产品培训、生产上线等各阶段提供独立的测试环境，保障产品高质、高效的交付。同时，环境之间可以一键自动迁移部署，实现“持续交付”和“持续集成”的自动化部署流程。



**第二，aPaaS服务商能够提供数据库访问时，确保多维度、全方位的数据访问安全。**

从网络层、传输层、边界安全层、主机层、应用层、数据层等能够提供层层的技术防护与安全管理机制，满足国际顶级安全认证：ISO2000、ISO27001等，以及符合国内知识产权的相关法律法规。

此外，针对云端部署有安全顾虑的企业，能够通过分库分表，为企业提供单独的数据库，并进行整库动态密钥加密，唯一拥有私密钥的企业系统管理员，才可解锁敏感数据，满足企业的安全管控需求，无需担心数据隐私泄露问题，同时享受通过云端部署低成本实现企业数字化建设。

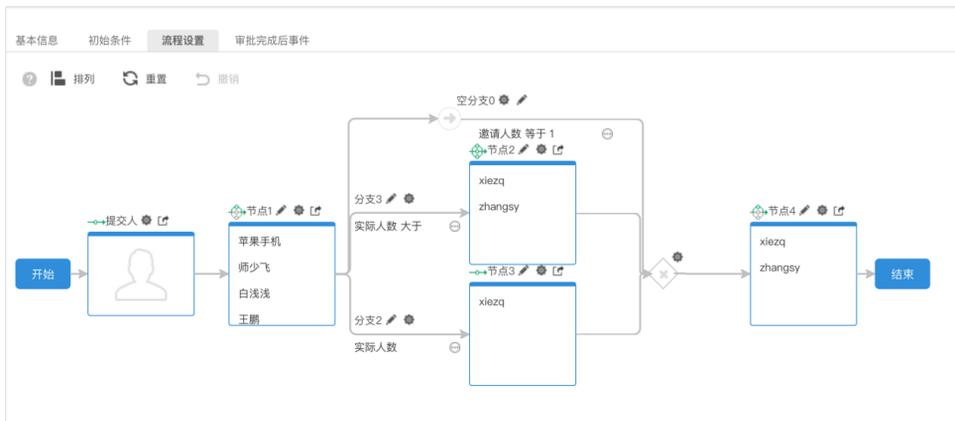


分库分表，整库加密

**第三，元数据框架驱动的aPaaS平台，实现业务的灵活配置与高效开发。**

元数据是用来描述数据的数据。譬如一条客户信息，包括名称、行业、地址、联系电话等，这些用来描述客户信息的数据就是元数据。而元数据架构规范了元数据的功能、格式设计、语法规则等方面，实现了可

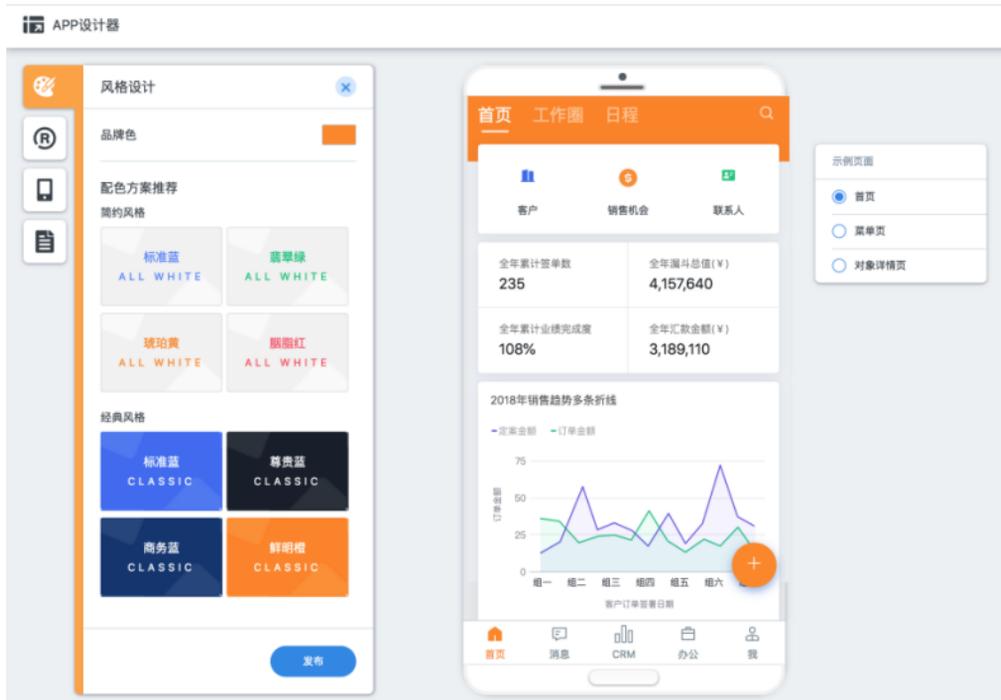
规范、可校验、可分析的数据结构，有利于数据的互通互联，从而实现少量代码或零代码的开发。以元数据框架为基础构建的aPaaS平台，可帮助企业实现高效开发。譬如通过使用aPaaS平台高效开发工具：自定义对象生成器、工作流程设置、翻译工作台、AI+BI的建模等，无需代码，系统管理员只需通过简单的拖拽就可完成业务配置。



#### 第四，智能的aPaaS UI框架带来千人千面全新的用户体验。

在企业中，不同角色负责不同的职能，关注的信息也非常不同，譬如销售代表关注自己项目的进展、个人销售目标的达成；而销售高管关注整个销售团队的销售业绩以及团队成员的行为表现等。通过Breeze UI

全新的设计理念，在网页端、移动端和小程序端进行开放和创新的UI框架设计，为用户体验带来如清风般（Breeze）的感觉。如通过Breeze视觉语言设计和更多的“千人千面”设计配置，实现高效的开发工具——移动端的APP设计器，可根据不同角色在手机端设计出不同的首页布局、详情页布局等，无论从视觉还是内容上，让企业员工聚焦更有用信息，屏蔽无用内容，提升工作效率。



APP设计器

#### 第五，通过集成框架与API接口,构建开放的aPaaS平台，打通企业内外数据的连接。

如CRM通过API接口实现与微信小程序的对接，为终端用户提供及时服务；与ERP的对接，打通客户数据、订单等信息，减少销售与客户、财务的线下沟通，提升工作效率；整合第三方客户数据进行全面的企业运营数据分析等。以及与企业官网、电子邮件、工商数据等等实现联通，全面打破数据孤岛，让数据成为企

业真正的生产力。

真正全部具备以上五大能力的aPaaS厂商，国内寥寥无几，而销售易aPaaS平台是其中一家。作为Gartner甄选的aPaaS供应商厂家，销售易aPaaS灵活、自动化的环境部署能力与数据库的安全访问保障，帮助SaaS企业或软件开发商，安全、稳定地构建底层的基础架构，将他们从创建环境与部署应用繁琐的劳动中全面释放出来，更多的精力专注于应用层的实



现与创新上；销售易aPaaS高效开发工具与快速集成的能力助力SaaS企业或软件开发商实现灵活定制、少代码或零代码的低成本开发，高效率交付，满足企业个性化的业务需求。 [🔗](#)

# 销售易CRM三度入选Gartner魔力象限 产品能力大幅跃升



近日，Gartner公布了2019年最新销售自动化（Sales Force Automation，缩写为SFA，CRM核心模块）魔力象限。销售易依旧作为唯一入选的中国CRM厂商，在继2017年和2018年后连续第3年进入该象限。在今天的魔力象限中，销售易凭借在客户动态评分、嵌入式数据分析、微信集成、应用灵活部署等方面能力的显著提升，位置超越多家欧美厂商；产品数据分析能力更在入选的19家国际厂商中，跻身前三。

SFA是驱动企业销售流程自动化的核心技术。据Gartner估计，由于云端相关产品的增长，2018年SFA的市场规模高达69亿美元，较去年增幅为12.8%。作为该领域最权威、最具影响力的分析报告之一，Gartner SFA魔力象限对今年进入的全球19家供应商在客户/联系人/商机管理、销售行为管理、销售预测、移动应用、销售报告、合作伙伴管理、平台拓展等方面进行了全方位的能力评估。销售易与Salesforce、

SAP、Oracle、Microsoft等世界级企业服务供应商再次同台竞技，并在SFA魔力象限中的位置继续跨步向前。

Gartner魔力象限报告认为：销售易的产品对于采用B2B、B2C销售流程的企业而言十分适用，并且可以支持在海外设有分公司的中国企业使用。销售易CRM提供了SFA的核心能力，如客户管理、区域管理、商机管理、账户管理等，以及相关次核心能力如内容管理、复杂产品配置报价（CPQ）、订单管理等。目前，销售易已经在制造业、高科技及软件、消费品、专业服务等领域成功积累了相当数量的客户。报告还指出：销售易CRM在iOS和Android系统中都拥有强大的移动端部署，还实现了与腾讯QQ邮件服务的原生集成，以及和微信的紧密集成等本土化功能。此外，销售易的PRM（合作伙伴关系管理）能力有了长足的发展，借助微信小程序实现了从厂商到经销商到终端用户全链路的闭环营销管理与数据分析。

### Magic Quadrant

Figure 1. Magic Quadrant for Sales Force Automation



同时，Gartner魔力象限报告认为销售易CRM具备以下优势：

**在服务和支持方面：**销售易的服务和支持获得很高的客户满意度评分，并且在服务提供方面深入体现了“以客户为中心”的理念。譬如，满足中国本土客户需求的特有产品能力：通过大数据智能推荐相关企业；与微信集成，为客户在售前、售中、售后提供便捷的服务等。

**在产品升级方面：**销售易先进的BI数据分析能力，凭借强大的BI引擎、便捷的阅读方式、丰富的可视化图形、灵活的嵌入式分析，获得用户的广泛好评，跻身本象限数据报告与数据看板能力测评的前三名。除此之外，IT管理员还可以灵活定义与管理商机评分机制；开发者通过开放的API，可自由构建丰富的移动应用。

**在部署及安全方面：**销售易在保持代码统一开发的前

提下，实现多云部署的能力。可轻松将企业应用部署到指定的安全云端，如AWS云、腾讯云、工行云以及其他私有云等，满足金融、政府等行业对数据安全的合规要求。

除了魔力象限报告之外，Gartner今年还同期发布了《销售自动化关键能力》报告。该报告指出销售易CRM区别于其他厂商，具有以下几点显著能力：

**客户与联系人管理：**销售易提供了可基于数学逻辑定制化的评分机制，为客户健康指数进行加权的、动态的评分；

**销售行为管理：**销售易凭借与微信及小程序的集成，为B2C客户提供便捷的服务，被Gartner评为具备独特的社交属性的厂商；

**销售机会和销售管道管理：**灵活定制销售商机的阶段

与任务；融合数据看板，嵌入式分析销售业绩，助力业务及时决策；结合多维度价格表、应收计划表以及按产品细分的应收计划表等，全面洞察销售情况；

**销售业绩预测：**通过条理清晰的数据报告、视图丰富的数据看板，可视化地展现销售业绩预测，让数据分析更加地清楚了，让业务决策更加地精准高效；此外，包含客户时间节点的销售商机快照，便于历史销售管道的检查与审计报告的追踪。

对此，销售易创始人兼CEO史彦泽表示：很高兴看到销售易在今年魔力象限中的进步。Gartner严苛的评估体系代表了全球CRM产品的发展方向。从过去更多关注商机到订单的能力，到如今延展到复杂产品配置报价（CPQ）、订单到回款、智能分析、智能区域管理、客户管理及PaaS平台能力，SFA的这些发展既是Gartner评估的趋势，也是销售易的产品路线。销售易将在此基础上继续深耕，将全球先进的CRM技术与中国本土的企业需求相结合，大力投入产品研发，不断提升服务能力，为客户创造更高的价值、更好的体验。 [🔗](#)

# 销售易亮相腾讯全球数字生态大会，携手腾讯发布全新客户运营云平台



销售易首席业绩官刘伟 为现场嘉宾介绍双方联合产品

5月21日—23日，腾讯全球数字生态大会在云南昆明举行。作为企业级新型CRM开创者，销售易出席大会并与腾讯企点联合发布了连接各行业企业及其客户的产品——客户运营云平台。此次销售易和腾讯的联合产品发布，是腾讯营销和服务中台与销售易客户运营能力的完美耦合，双方为企业用户提供了更新更完整的客户运营解决方案。

## 强大中台与行业场景的无缝衔接

智能营销、智能销售和智能服务这三项被企业异常看重的领域，在销售易与腾讯企点联合推出的客户运营云平台中得到了多重加持与强化：腾讯企点极具传统优势的营销工具可洞察各渠道用户，达到全域覆盖，通过线上线下的场景结合，提升企业的智能营销段位；腾讯企点智能外呼与销售易的重头产品销售云相结合，在实现了智能化外呼的同时，又以移动社交的方式管理线索到回款的自动化全流程，大大地降本增效，达到智能销售；在服务环节，腾讯企点呼叫中心、销售易客服云和销售云的三项加持，保障了企业在全渠道



销售易在展台上向现场企业展示全流程自动化的业务场景

可及时响应客户，闭环管理客户服务，从而深入洞察，保证个性化体验，智能服务轻松完成。

在大会的联合产品发布环节，销售易首席业绩官刘伟提到：“在本次全球数字生态大会上，腾讯提到在产业互联网时代将不断开放中台能力，以支撑各行各业的业务场景。我们今天联合发布的客户运营云平台就是腾讯强大中台能力和CRM领域的首次深度融合。客户运营云平台结合了腾讯在各产业场景沉淀的大数据洞察，以及销售易自身的数据处理及营销、销售、服务过程管理能力，是一个可以帮助企业全面打通客户运营全流程，提升客户运营水平的‘超级大平台’。我们的联合产品必将让企业以客户为中心的数字化能力更上一层楼。”

在此次双方推出的客户运营云平台中，腾讯提供了强大的底层计算能力，从产品、流量、数据和生态多个维度提供赋能与扶持，支撑整个平台的运行。销售易则通过提供SaaS套件、交易市场、PaaS平台、集成服务等方式，为各行业搭建完备的移动运营闭环体系，建立企业和客户的无缝连接体系。最终，呈现在企业

面前的是一个赋能市场、销售、服务三大部门的一站式服务终端，帮助企业真正实现数字化客户运营。

以汽车行业为例，该平台可以实现线索搜集、客户邀约、到店、转化、购买、服务等全流程的智能化运行，实现前端（APP、微信公众号、经销商）、服务中台（全渠道营销、订单管理、售后服务）和后台（销售易PaaS平台+腾讯云）的无缝对接。对教育行业来说，该平台可以实现招生线索接入、招生服务管理、售课过程管理、教务管理等多项功能的完美对接。在传统的制造业，企业的管理者利用这个平台，也能实现及时管控市场活动、销售线索、客户联系人、商机管理、订单交付、服务管理等全过程，随时随地掌握生意的运营状况。

### 核心能力与行业案例的集中呈现

在大会期间，销售易还通过现场展位帮助企业进一步了解如何重塑其与客户的连接。自成立以来，销售易的企业级新型CRM一直致力于帮助企业将内部的销售、市场、服务部门，与外部的经销商、服务商、产

品设备以及客户进行完整连接，构建企业与客户之间的闭环。在展会现场，销售易展示了其核心产品与技术如何支撑企业从市场营销、客户获取到售后服务的全流程自动化业务场景，进一步赋能传统企业完成数字化转型的落地。

腾讯过去在消费互联网领域有着深厚的积淀和强大的竞争力，而今进一步拥抱产业互联网。此次销售易与腾讯企点的合作是腾讯以生态开放的方式切入产业互

联网的重大举措。同时，作为企业级新型CRM开创者，销售易也通过与腾讯的合作，再次深化助力企业与客户互动的全过程数字化、智能化，帮助其提升客户满意度，实现可持续的业绩增长。对中国广大的企业用户来说，不管是在数字化转型的过程中，还是在“百万企业上云”的大背景下，都比以往更加需要能够理解中国本土企业需求的企业服务商的助力。销售易与腾讯的合作，将为这些企业提供更安全、更高效、更具个性化的服务！ [👉](#)



销售易官网



销售易订阅号



销售易服务号

移动CRM领导者

**400-012-2980**

[www.xiaoshouyi.com](http://www.xiaoshouyi.com)