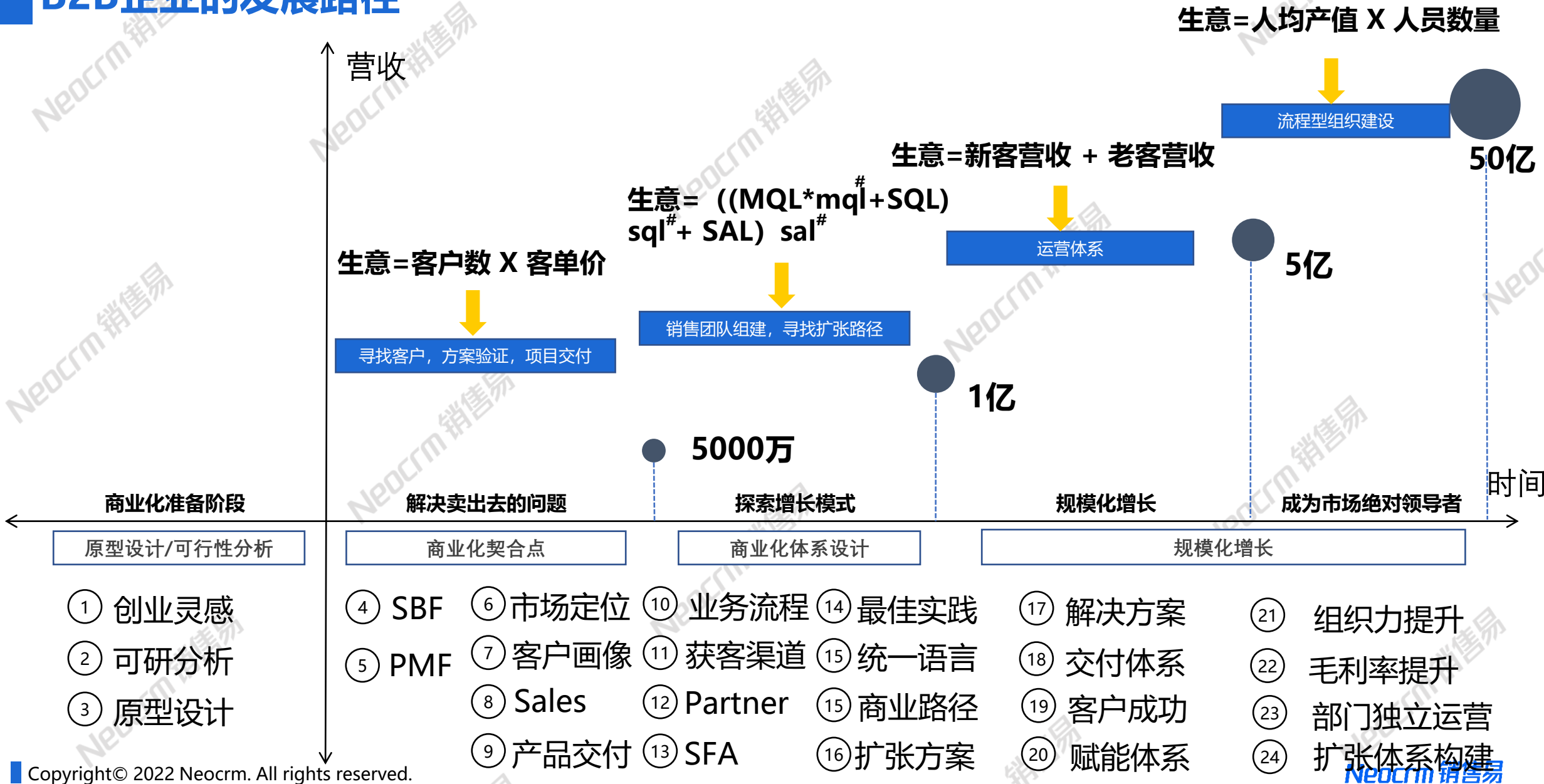


Neocrm 销售易

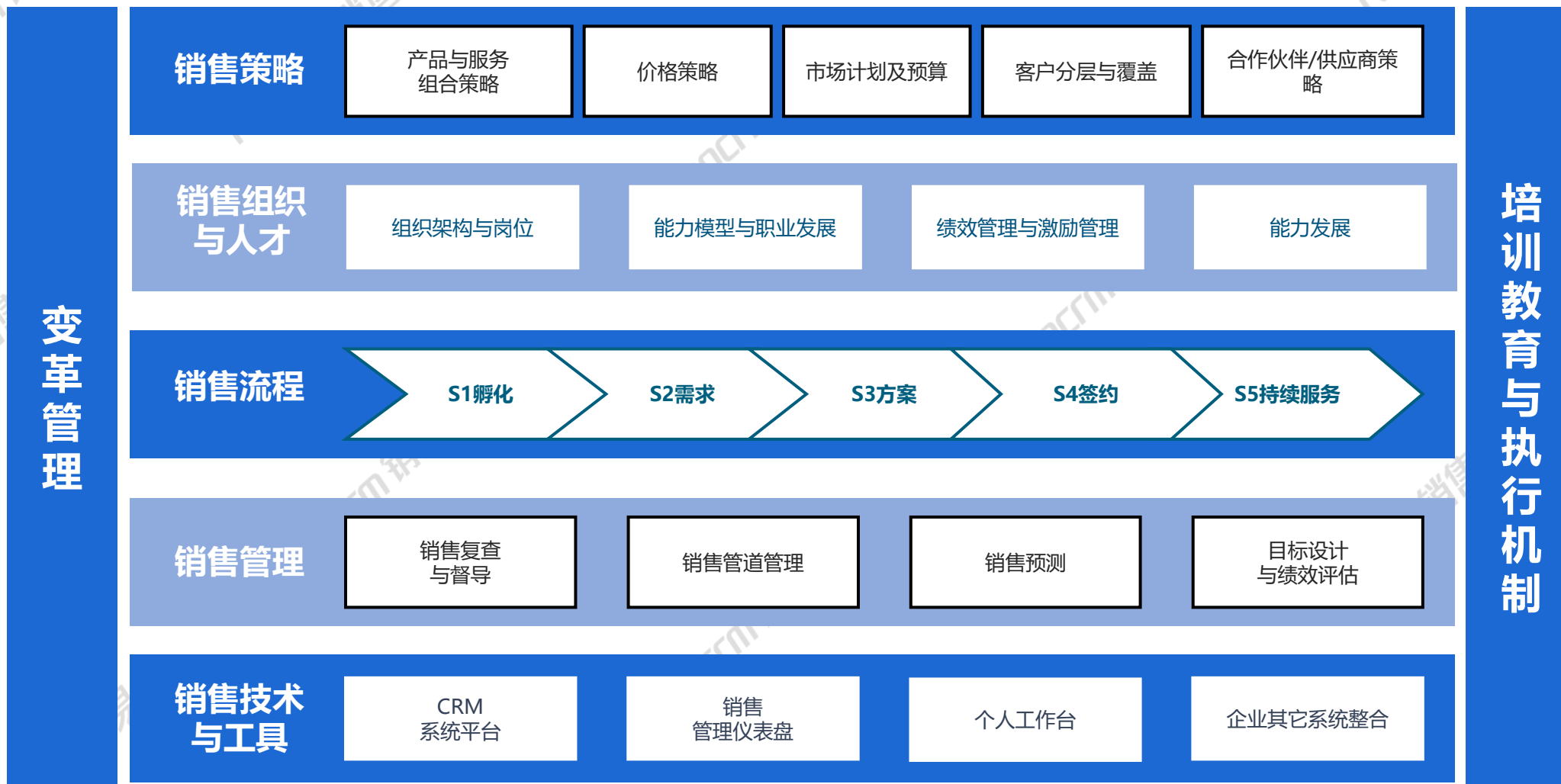
打造可复制的业务体系 点燃增长趋势

2022.5

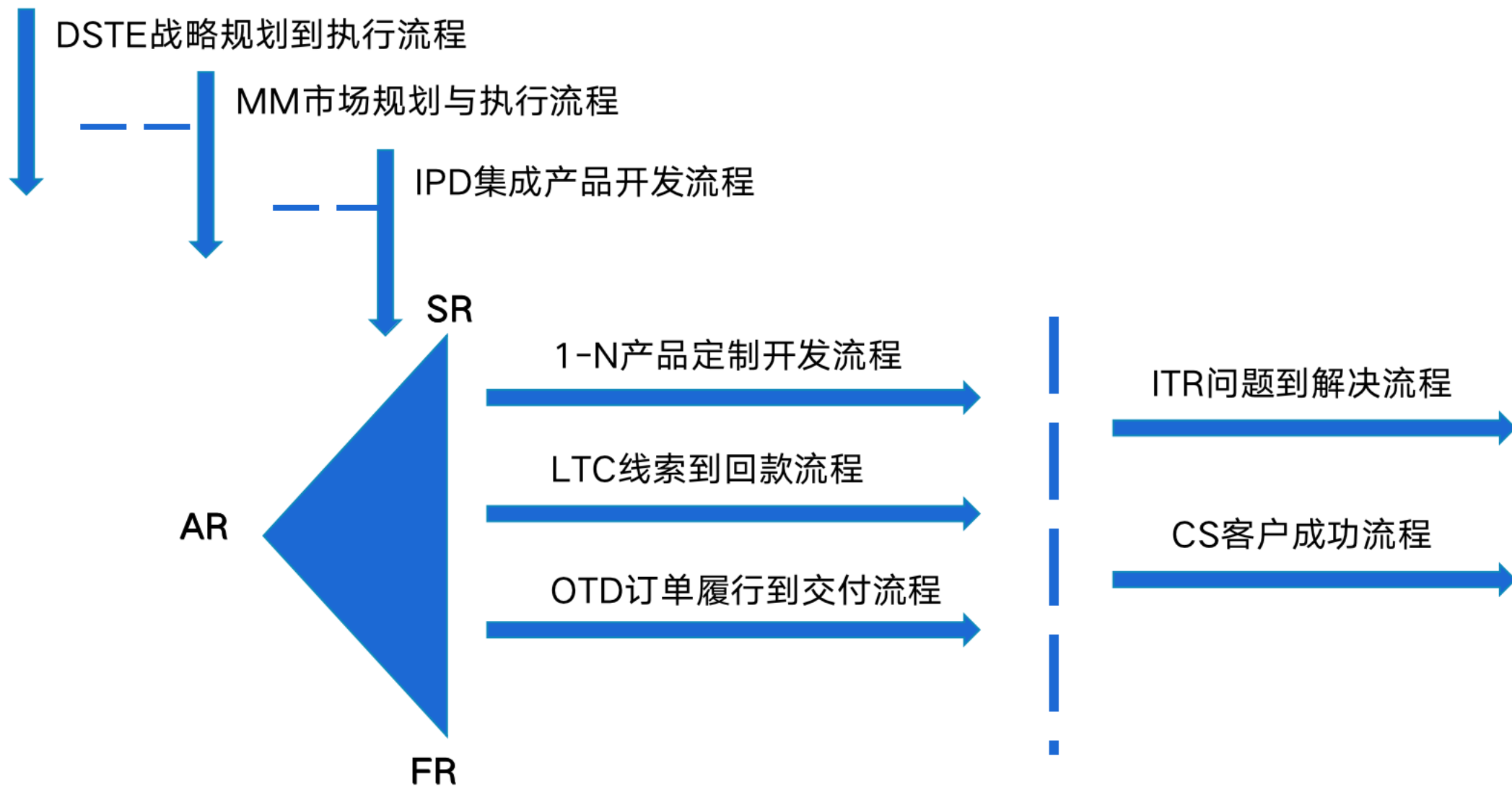
B2B企业的发展路径



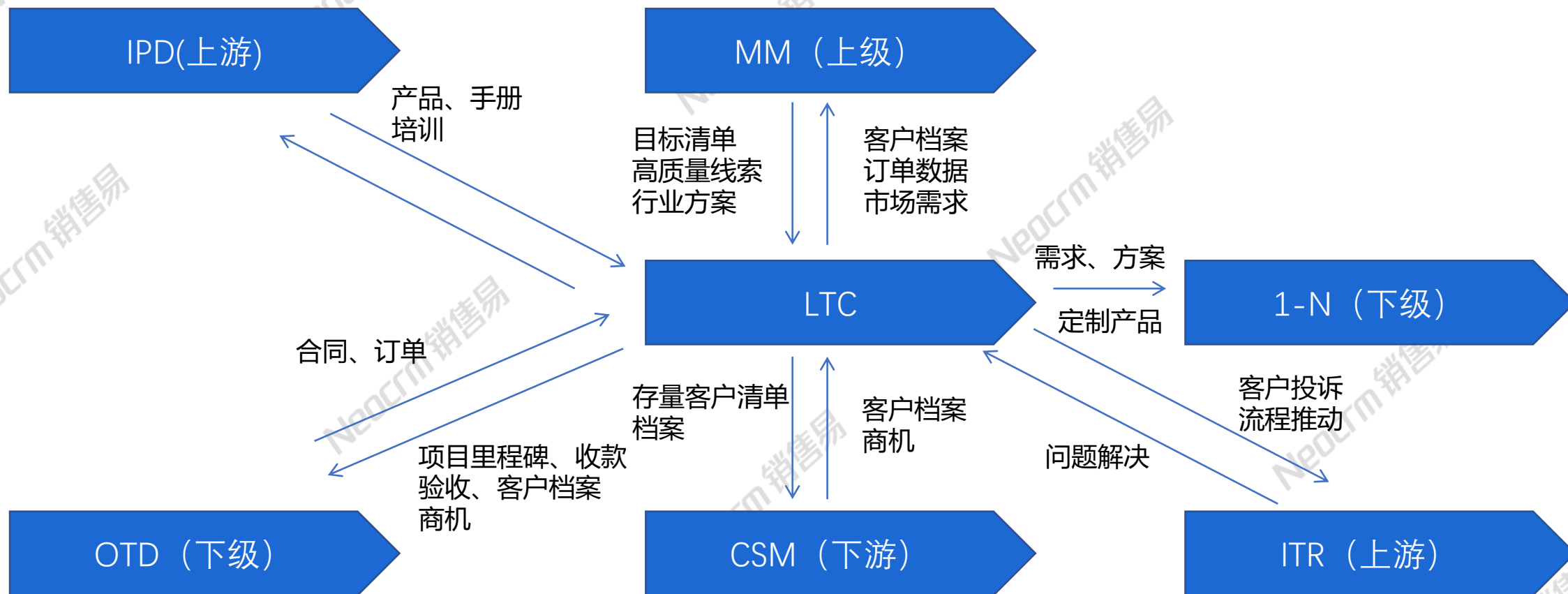
B2B企业销售体系



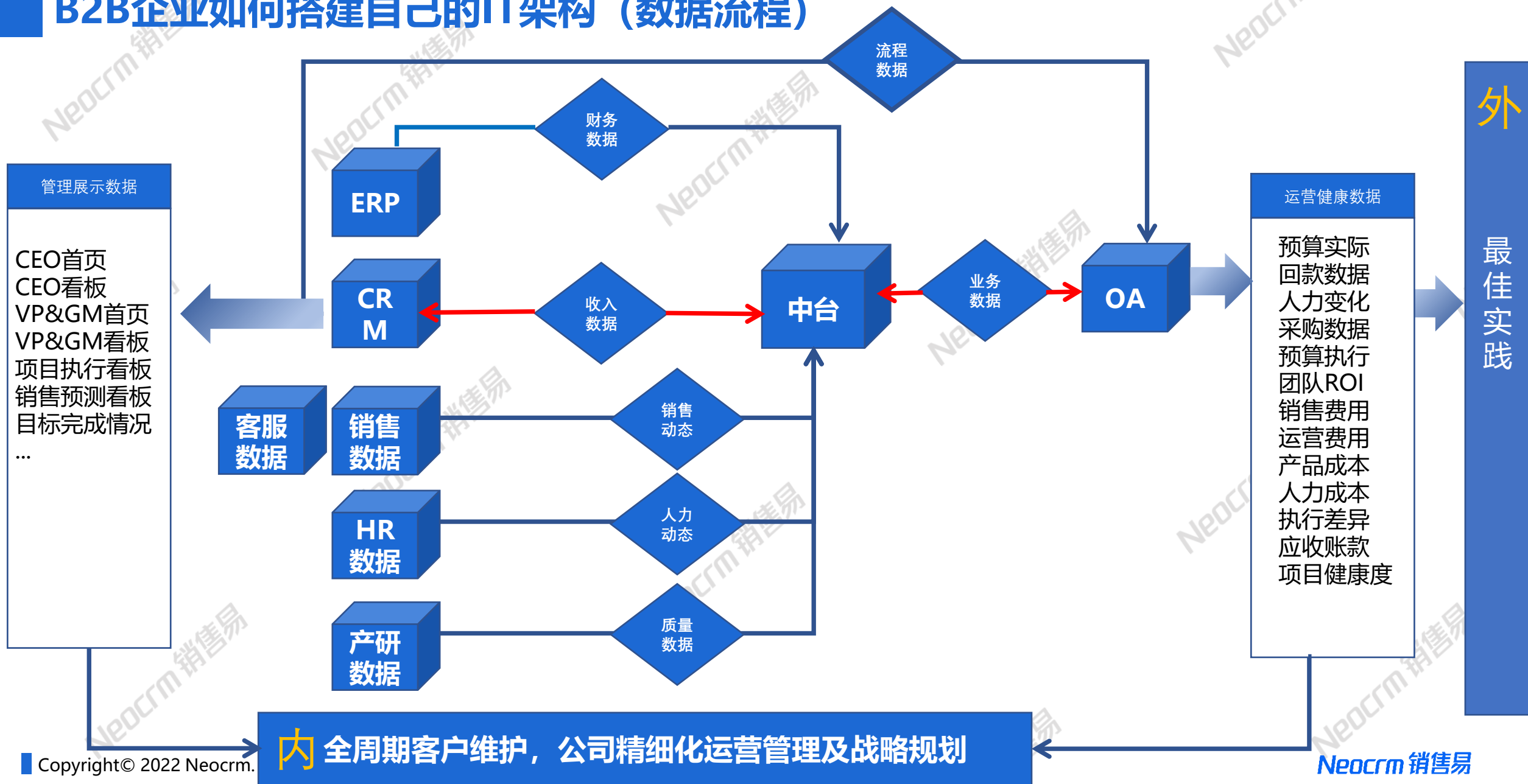
B2B企业的核心业务流程



B2B企业的信息流程 (LTC)



B2B企业如何搭建自己的IT架构（数据流程）



Neocrm为企业提供“战略到落地”的端到端服务

从企业战略规划到执行拆解

深度的行业理解及咨询能力

丰富的CRM项目交付经验

领先的Saas CRM平台工具

客户关系管理咨询服务

- ✓ 客户管理战略及规划
- ✓ 客户分群及客户旅程设计
- ✓ 客户洞察及数据分析
- ✓ 用户体验设计
- ✓ 业务场景梳理及业务流程优化
- ✓ 销售流程及方法设计
- ✓ 销售领导力体系搭建
- ✓ CRM系统规划
- ✓ 系统架构设计（含业务、功能、应用、数据等）
- ✓ 需求梳理及RFP编写

CRM系统实施服务

营销云

销售云

客服云

现场云

伙伴云

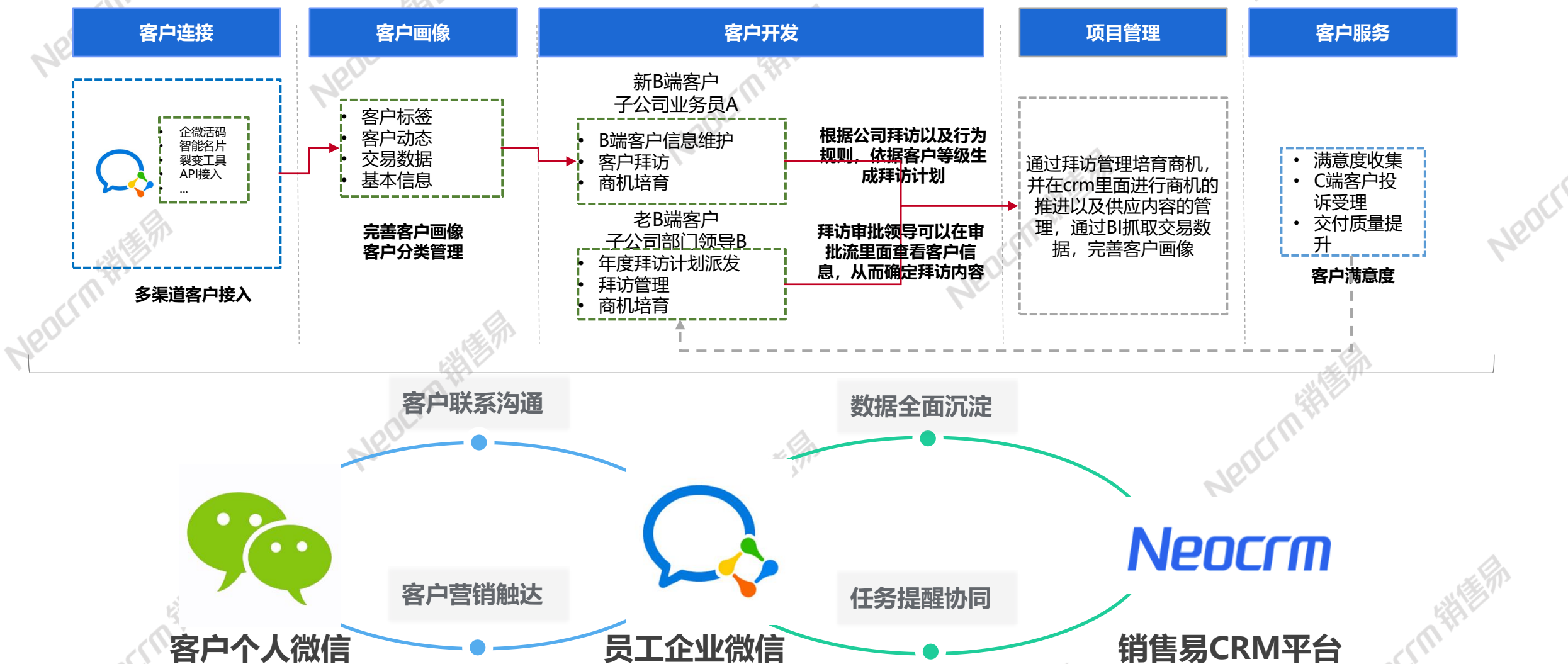
SCRM

智能分析云

Paas平台

- 业务场景编写
- 系统功能/集成方案设计
- 功能需求说明
- 技术规格说明
- 系统配置与开发
- 系统集成开发
- 系统测试与验收
- PMO
- SCRM应用开发
- Paas平台开发与集成
- 系统运维

以B端客户为中心，建立端到端的营销服全流程管理体系



目标 → 执行



增加线索

市场拉动



经营客户

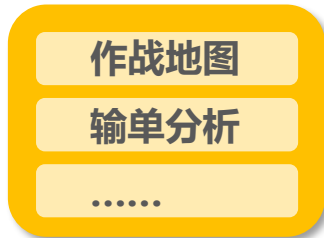


提升赢率

销售方法论

商机过程管理

一线赋能



设目标、抓过程、拿数据、做决策

目标指标	
300万	月营业收入
	客单价 (TCV >= 30万)
10	月成交客户数
1:3	成交比 (赢率)
30	FAE接受商机数 (SAL)
90%	触客 (商机) 转化率
33	意向客户 (SQL)
20	集客意向客户
13	自拓意向客户
20%-10%	画像客户向意向客户转化率
100-200	所需画像客户 (MQL)

月营收目标

使用培训

通过目标识别

进入销售流程

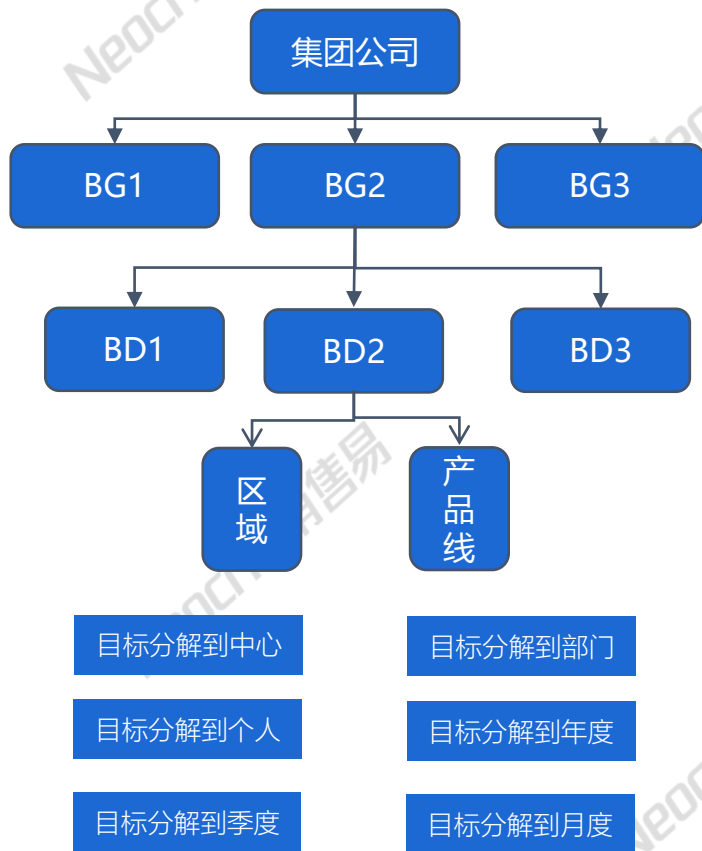
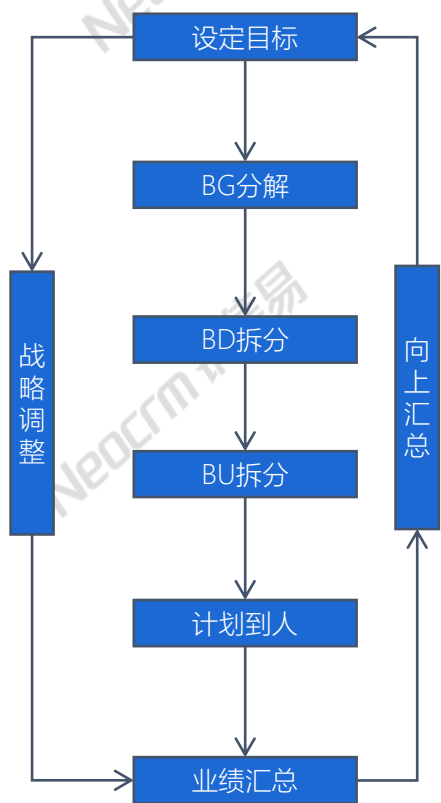
线索培育通过

待自拓

待培育

销售角色	行动/任务
FAE	10个-18个订单/月
CSM	10个-18个订单/月
FAE	10个-18个成交订单
FAE	30个-54个销售接受商机/月
FAE	33-60个意向客户/月
SDR	20-60个意向客户/月
FAE	13个-20个自拓意向客户/月
SDR	300个-600个潜在客户/月

通过目标的下发与执行分析，帮助管理者快速实时洞察业务



多维度目标模型

2021财年

修改目标

完成状态

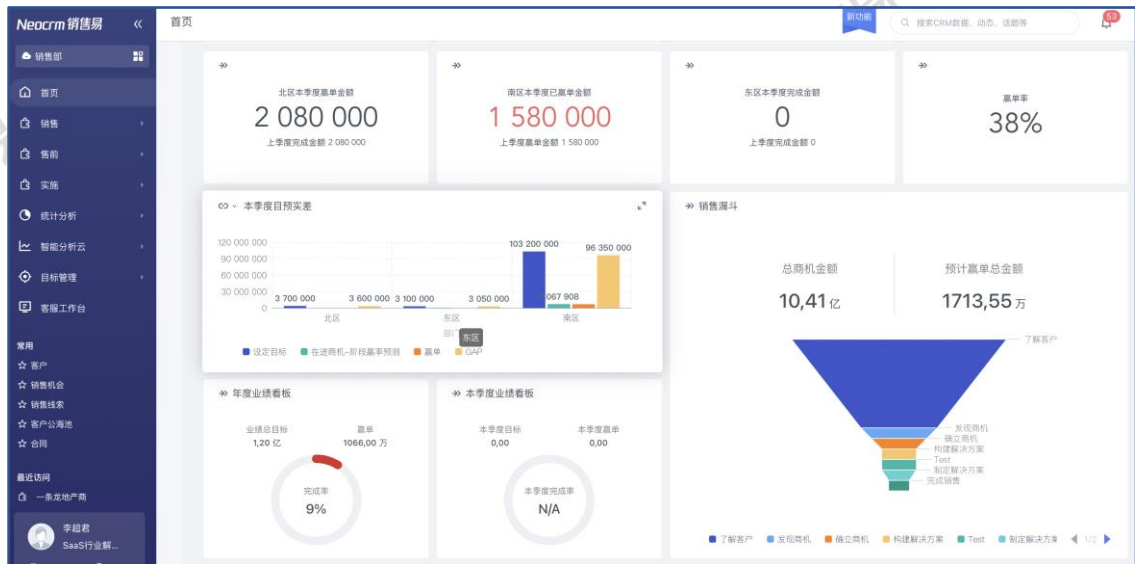
当前展示的目标为2021-08-23 15:05设定

刷新

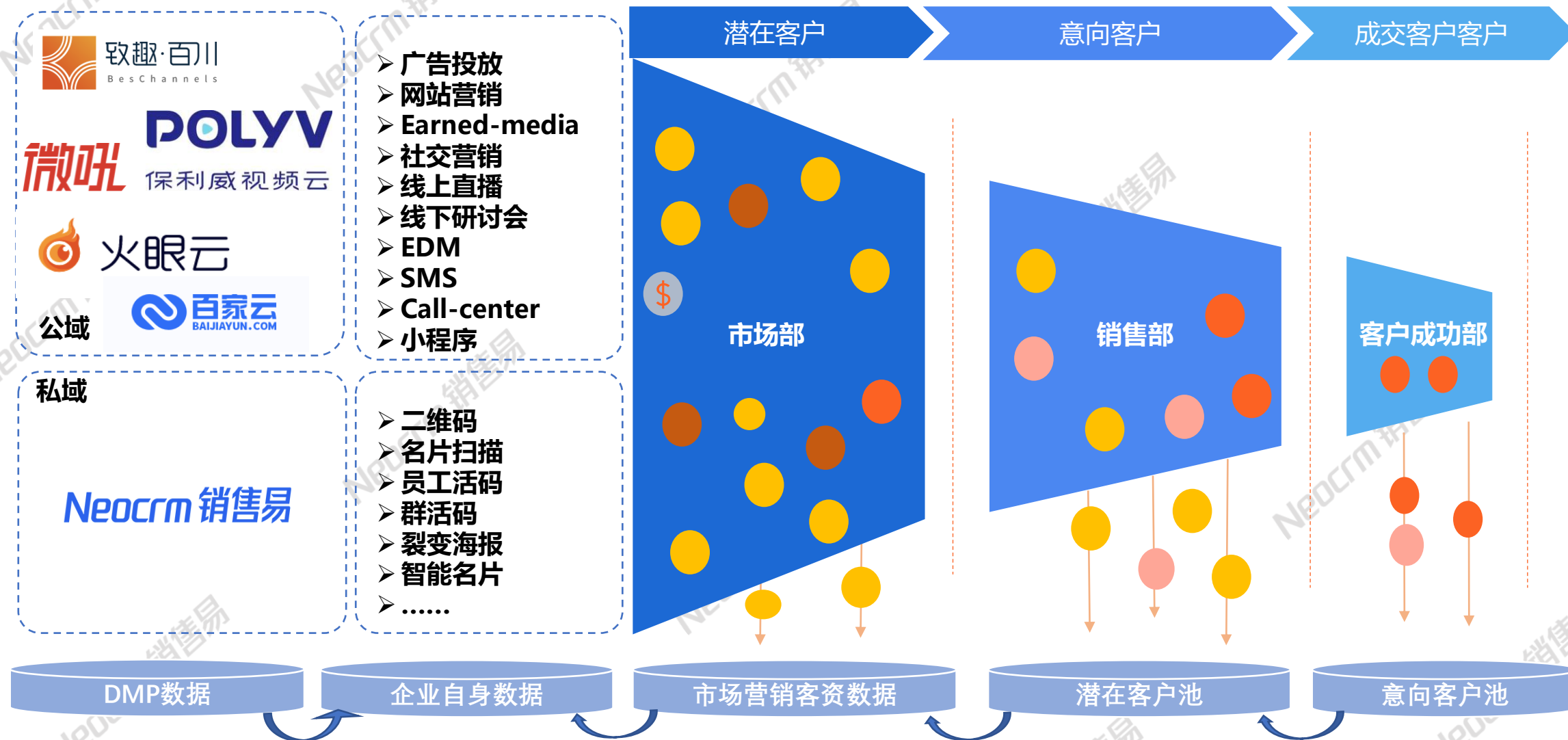
订单金额-目标值	订单金额	订单金额-完成率	收款金额-目标值	收款金额	收款金额-完成率
2,...	103,739,937.4	0.01%	20,000,000,000	444,360	0.00%

目标完成情况

部门	用户	2021/01						2021/02					
		订单金额-目标值	订单金额	订单金额-完成率	收款金额-目标值	收款金额	收款金额-完成率	订单金额-目标值	订单金额	订单金额-完成率	收款金额-目标值	收款金额	收款金额-完成率
	陈利升	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	陈瑞	7,568,174,242.42	0.00	0.00%	75,681,818.18	0.00	0.00%	7,568,174,242.42	0.00	0.00%	75,681,818.18	0.00	0.00%
	傅先亮	7,568,174,242.42	496,000.00	0.01%	75,681,818.18	0.00	0.00%	7,568,174,242.42	0.00	0.00%	75,681,818.18	0.00	0.00%
	高明雪	7,568,174,242.42	0.00	0.00%	75,681,818.18	0.00	0.00%	7,568,174,242.42	0.00	0.00%	75,681,818.18	0.00	0.00%
	高明雪01	7,568,174,242.42	0.00	0.00%	75,681,818.18	0.00	0.00%	7,568,174,242.42	0.00	0.00%	75,681,818.18	0.00	0.00%
	胡大鹏	7,568,174,242.42	500,800.00	0.01%	75,681,818.18	0.00	0.00%	7,568,174,242.42	0.00	0.00%	75,681,818.18	0.00	0.00%
	惠鑫	7,568,174,242.42	0.00	0.00%	75,681,818.18	0.00	0.00%	7,568,174,242.42	0.00	0.00%	75,681,818.18	0.00	0.00%
	李超君	7,568,174,242.43	0.00	0.00%	75,681,818.18	0.00	0.00%	7,568,174,242.43	0.00	0.00%	75,681,818.18	0.00	0.00%



更高效的获客-公域私域全渠道运营



各市场渠道表现分析

市场部看板

活动场次

18

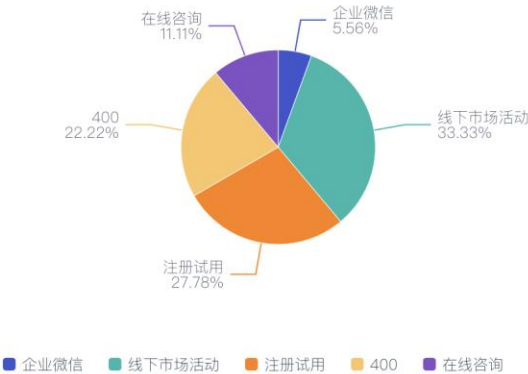
已投入的成本

15万

已产生的收益

486万

市场活动类型占比



活动ROI

市场活动实际成本

15,18万

赢单金额

486,00万

市场部ROI
31

预测ROI

市场活动实际成本

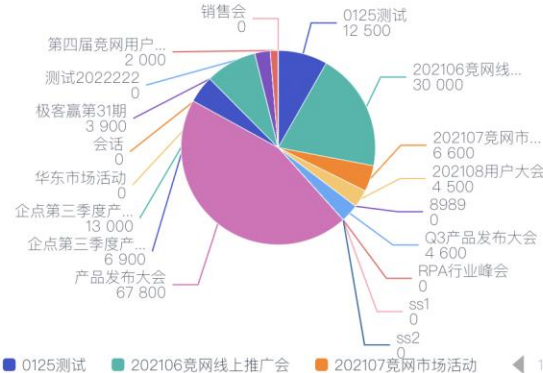
15,18万

预计产生的金额

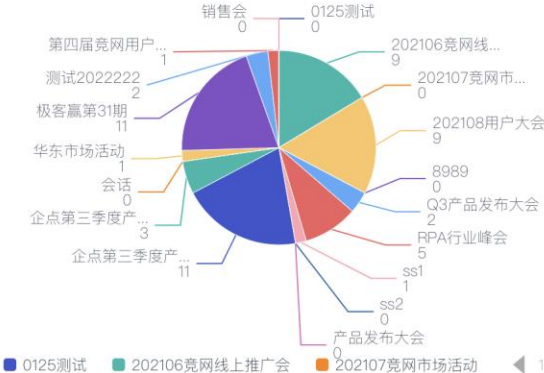
841,52万

预计ROI
54,44

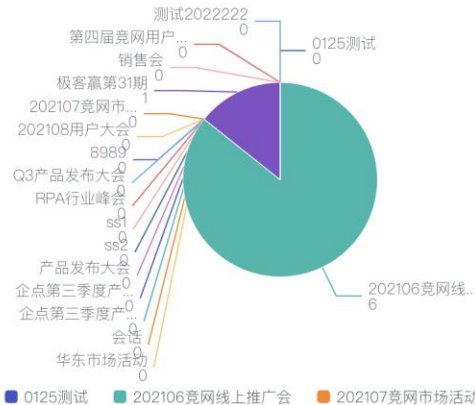
成本投入



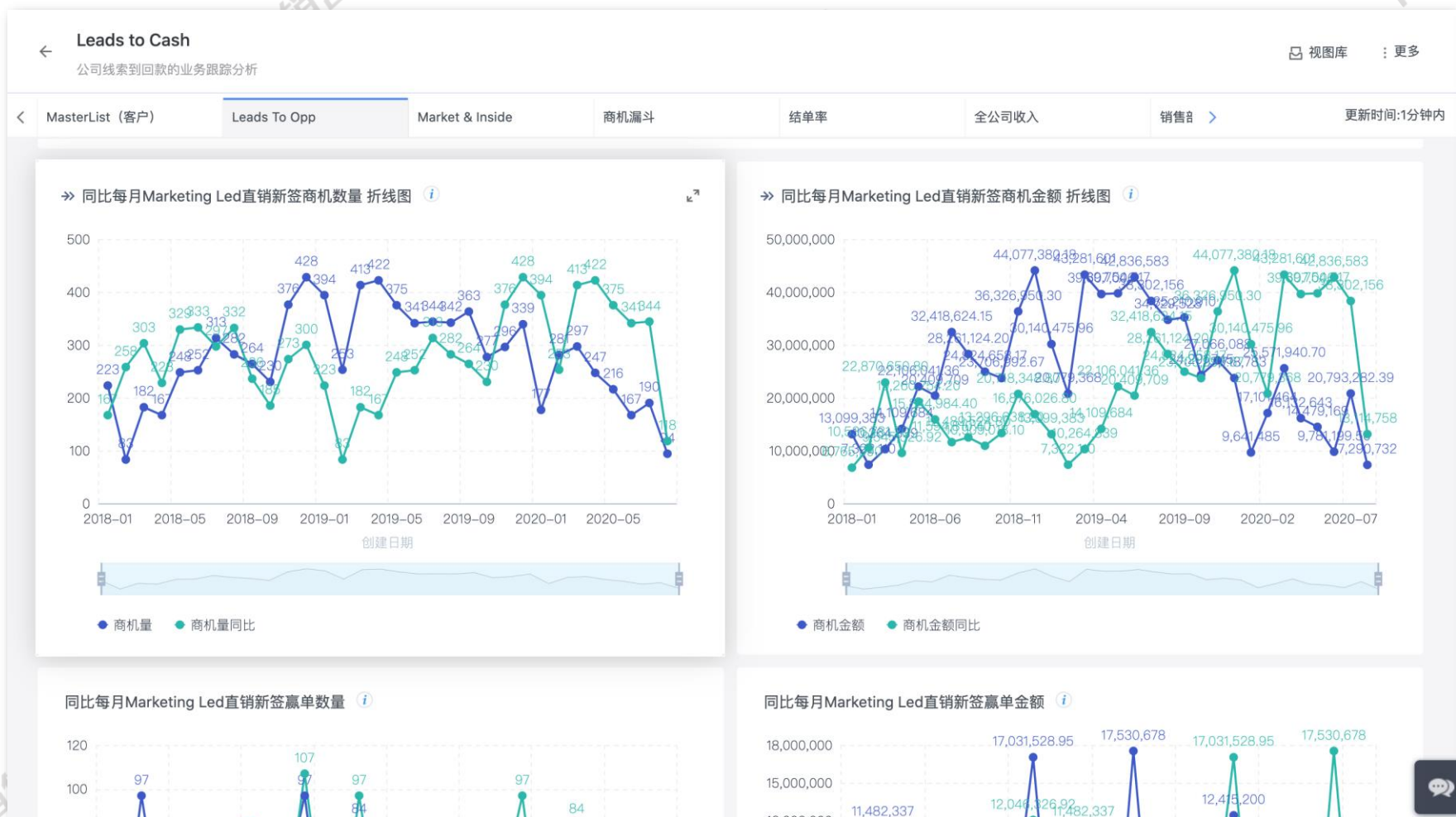
线索产出量



商机输出量



线索到商机趋势分析

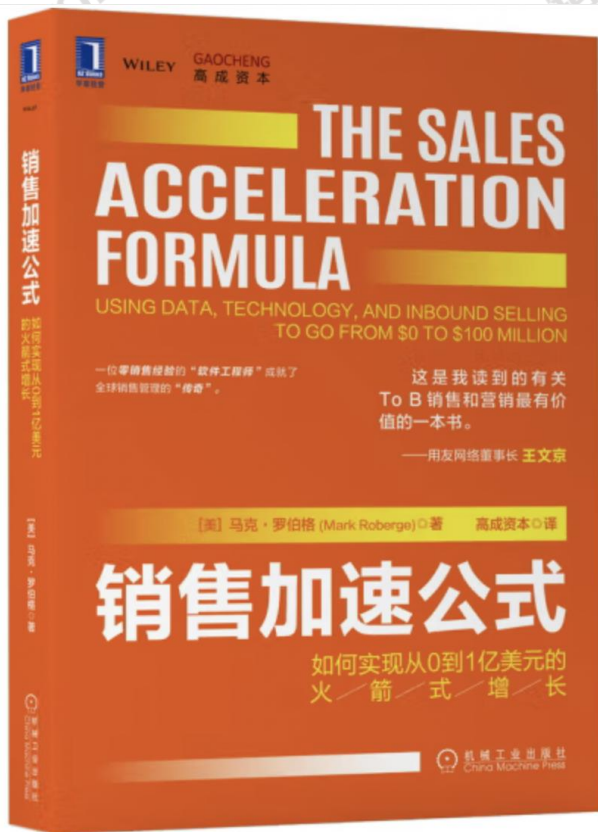


市场ROI分析，助力市场经营数字化运营

2020 Marketing Performance Tracking - Total新增

市场活动大类	活动类型	市场活动	线索数量	转客户数量	新建客户数量	B.Mkt-led商机数量	B.Mkt-total商机数量	B.Mkt-led商机ACV	B.Mkt-
	400电话	400电话【勿删】	11590	10417	1717	1417	2417	¥ 1,041,790,990	
	APP	APP-IOS	55980	25648	11648	2648	2948	¥ 5,041,760,990	
		APP-OPPO	15	4	4	4	14	¥ 4000	
		APP-百手	15	6	6	6	26	¥ 6000	
		APP-官网	69879	37879	19879	7879	9879	¥ 11,790,990	
		APP-华为	15	5	5	5	15	¥ 5000	
	eDM	2020_Q2_eDM_服务云专项活动	69	9	9	9	29	¥ 9000	
		2020_Q2_eDM_五一现场服务云活动	85	5	5	5	15	¥ 5000	
		乘“云”而上webinar	96	8	8	8	38	¥ 8000	
		2018_Q4_百度PPC_销售云m	380	238	138	38	98	¥ 41,790,990	
		2018_Q4_百度PPC							

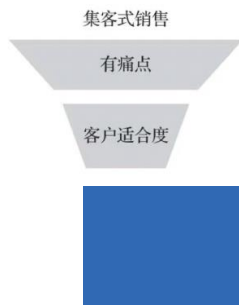
定义市场的服务水平协议，促进销售线索转化为收入



线索的处理过滤并不需要非常复杂精细，人工处理可以实现，主要关注产出情况，可以逻辑自治



随着线索量变大，流速加快，需要建立评估机制，判断线索交付客户的阶段，主要关注转化率



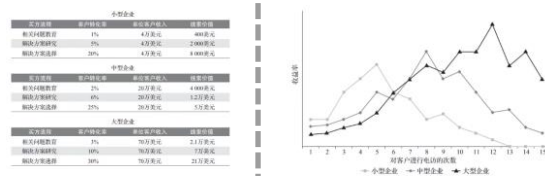
初级

中级

高级



当转化率过低激发市场-销售矛盾时，我们需要利用服务水平协议（SLA）协调销售部门和市场部门，定义线索价值

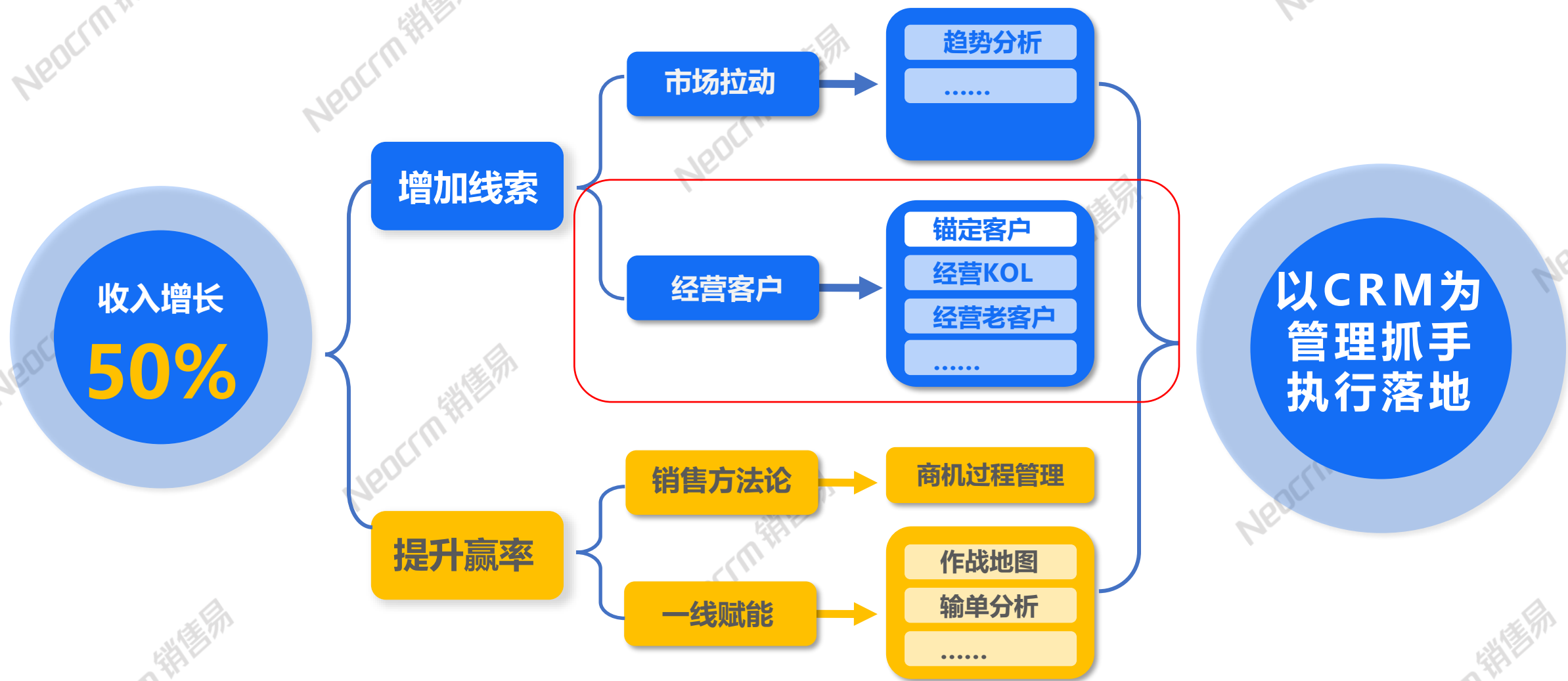


“使用销售部门和市场部门的服务水平协议，用定义明确的、定量的目标来代替销售部门和市场部门关系中主观的和定性的方面！”

---Mark Roberge

Neocrm 销售易

目标 → 执行

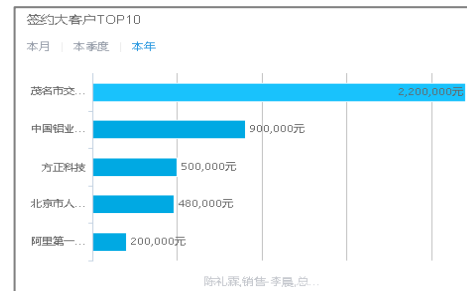


经营老客户：建立客户信息档案，统一客户360视图、展示客户全貌，为客户管理全面信息化打下基础

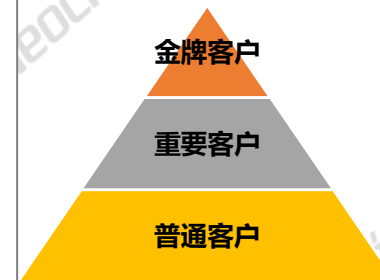


查看线索转换记录						
转换时间	转换人	姓名	手机	公司名称	市场活动	
2019-02-27 17:10	李守超	张云	13525716131	湖北万得化工有限公司	西安展会	

查看公海操作记录	
[2019-03-13]	徐彩霞 领取了 湖北万得化工有限公司
[2019-03-13]	徐彩霞 将 湖北万得化工有限公司 退回公海池



客户价值贡献



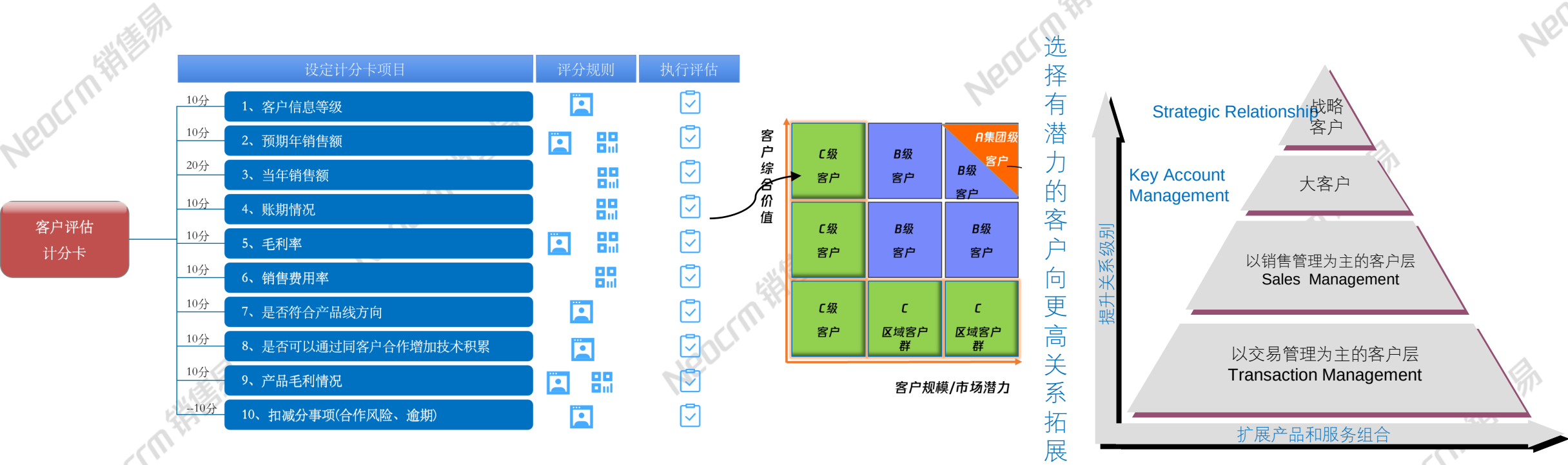
客户等级评估

锚定客户：评估客户价值，聚焦更高价值的客户资源（权益-管理-战术）

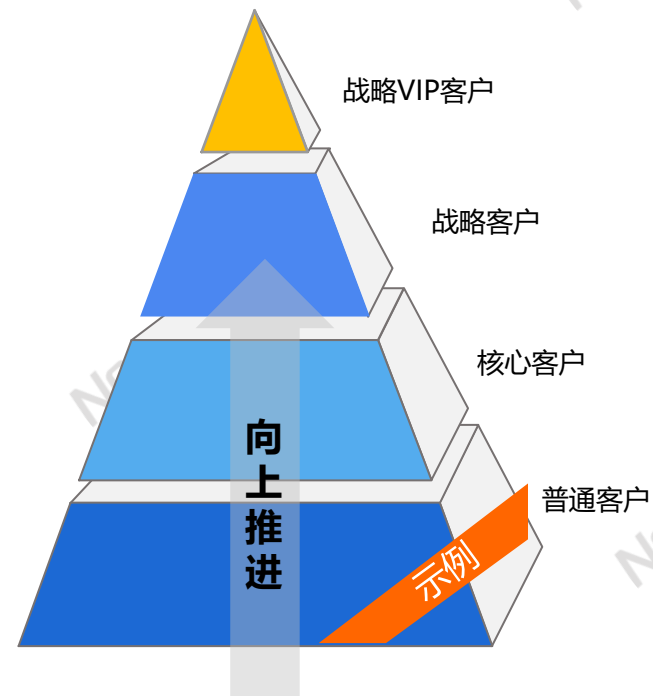
示例

利用10分制评分表对客户价值分别进行评分，决定要投入的客户以及投入资源的多少。

参考平衡计分法通过企业运营的各个部门，根据客户信息等级、销售额、毛利率综合评定，全面评估客户；



以客户为中心的全业务流程模型



不同层级的客户旅程不同

NA客户

行业化经营

- 获客来源: 自拓为主, 打造行业标杆, 经营圈子
- 客户培育: 长线思维, 关注行业人脉, 培育灯塔
- 客户转化: 挑战式销售, 方法论+销售工具+方案
- 合同交付: 价值交付, 重点关注OTD, 做标杆
- 客户成功: 服务+咨询, 行业铁四角共同服务客户
- 售后服务: CSR作为问题的Owner, 到SR闭环

KA客户

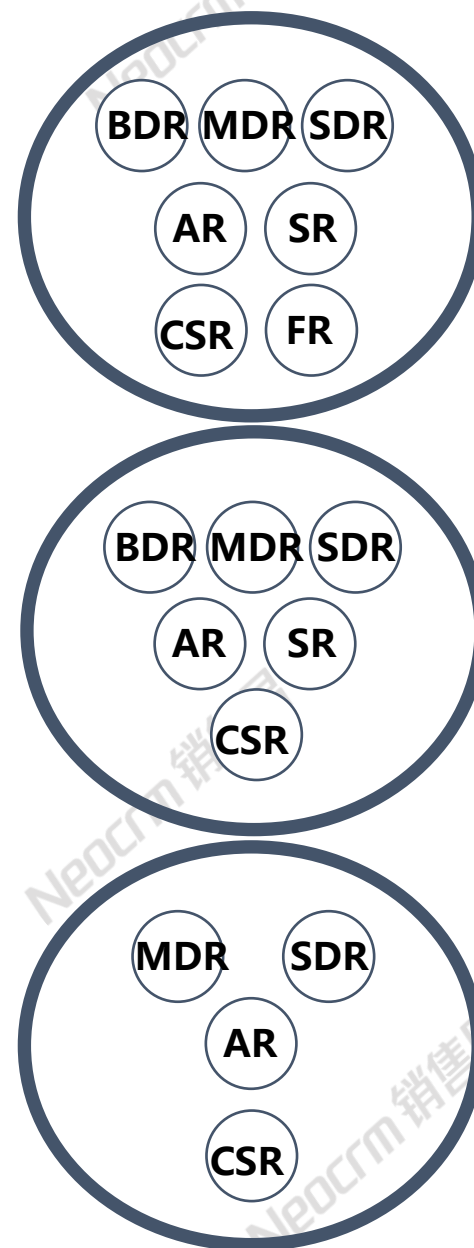
区域化经营

- 获客来源: 渠道为主, 培育生态伙伴, 互推商机
- 客户培育: 聚焦一、二线城市腰部客户, 发展伙伴
- 客户转化: 渠道赋能+标准打法+标准方案
- 合同交付: 轻量交付, 拉动伙伴培育伙伴交付能力
- 客户成功: 区域CSR+伙伴共同服务, 让利伙伴
- 售后服务: 伙伴+CSR+SR

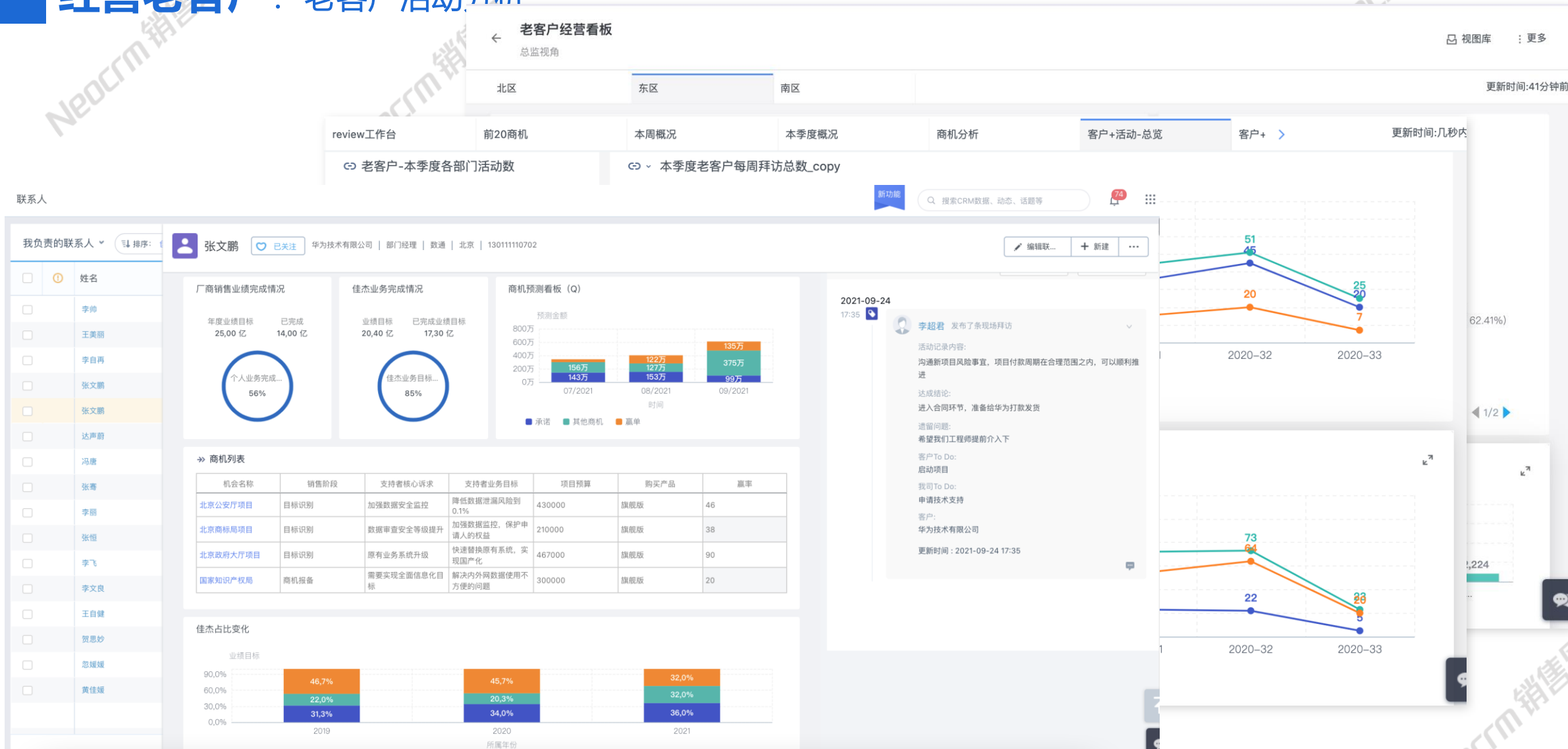
SMB客户

集客式经营

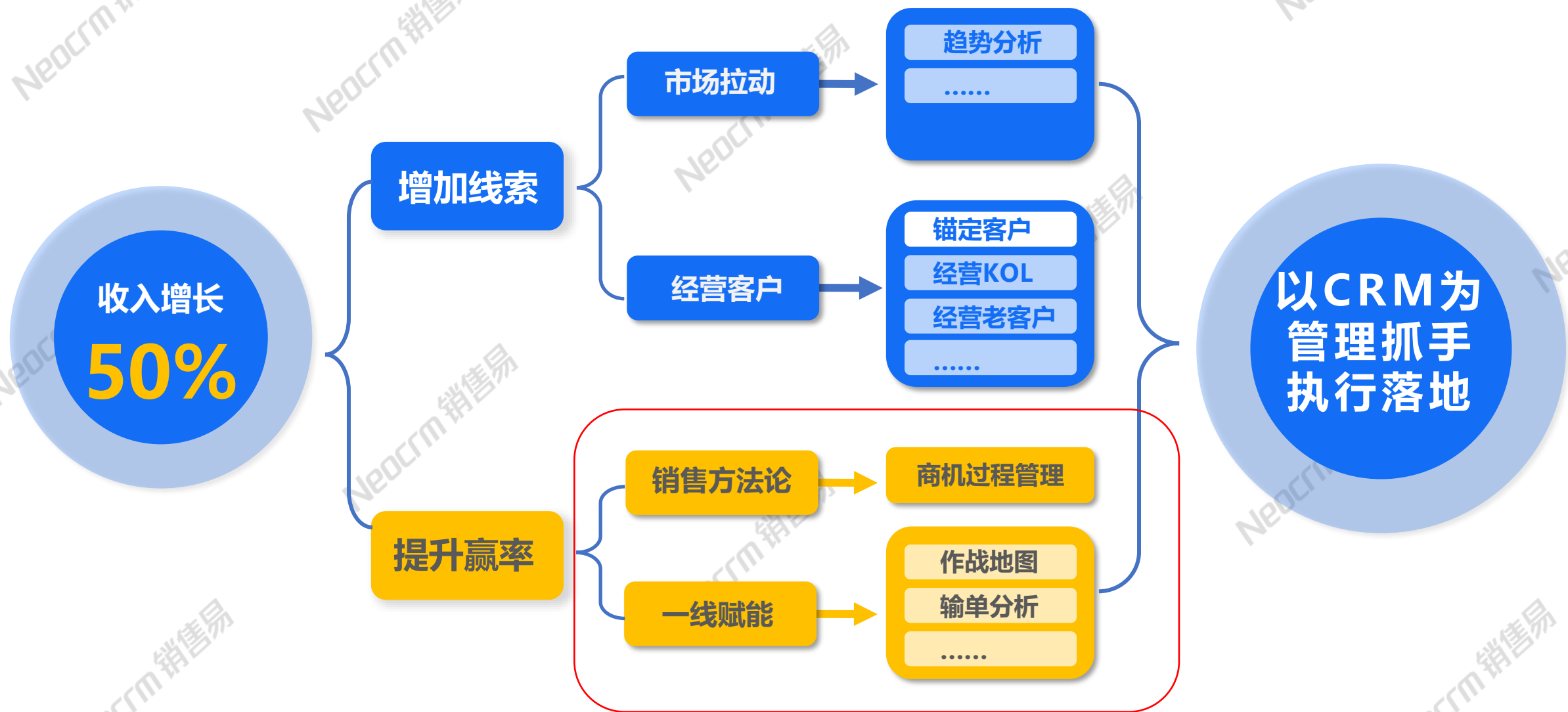
- 获客来源: 增长黑客, 网销+电销+面销
- 客户培育: AARRR+各节点转化率+工具
- 客户转化: 解决方案式销售, 客户教育+产品演示
- 合同交付: 线上单模块交付, 培训, 应用手册
- 客户成功: 产品使用培训, 管理员训练营等课程
- 售后服务: 线上技术支持+使用视频+功能QA+Tips



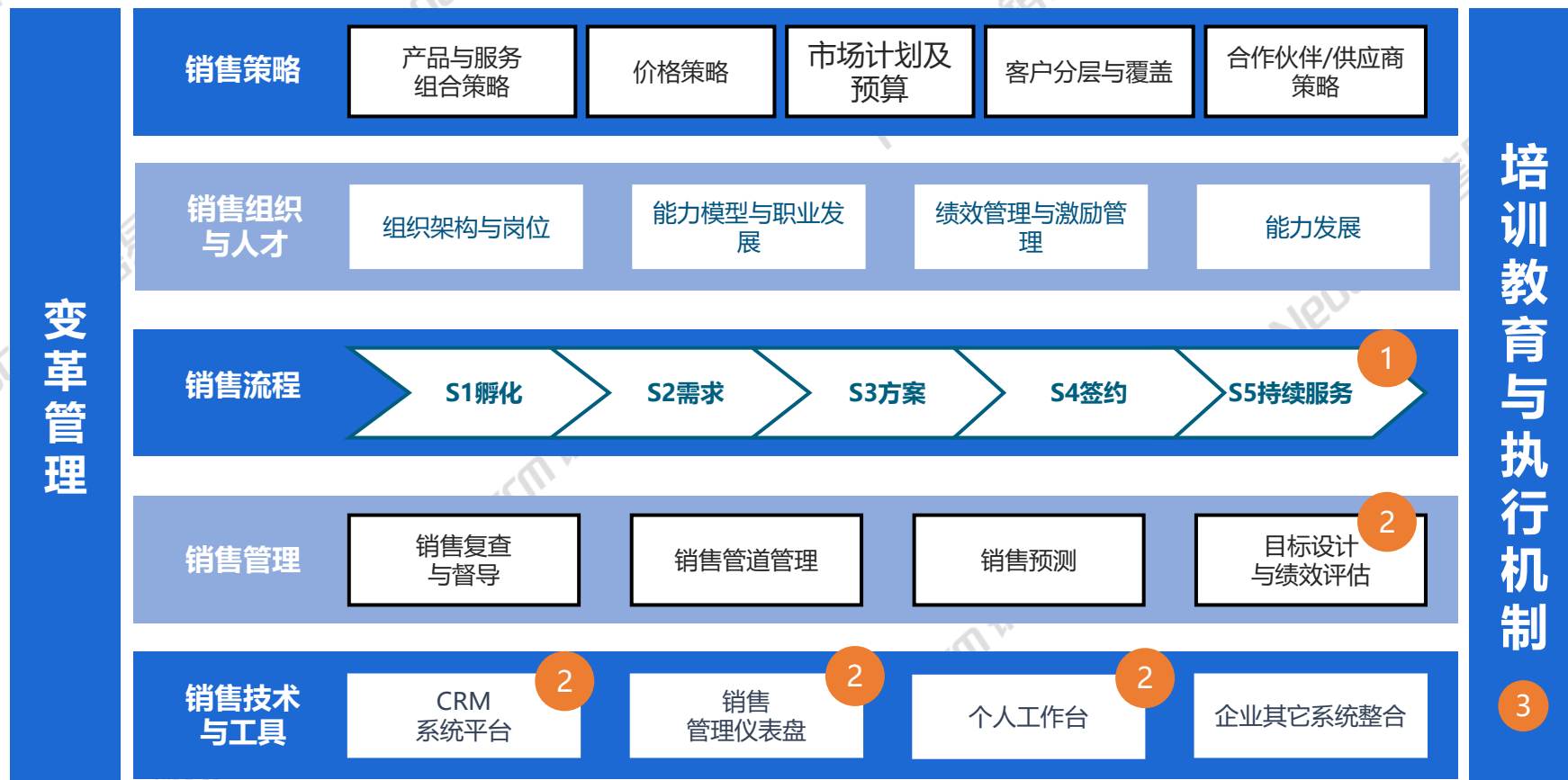
经营老客户：老客户活动分析



目标 → 执行



随需而变，持续优化的销售体系



1 针对不同业务提炼并持续优化标准销售方法论：直销/渠道，统一销售语言、标准化销售动作。

2 优化销售日常Review机制，以CRM为管理抓手，不断强化战略-执行的落地：借助CRM实现管理的数字化与可视化。

3 建立销售、运营及服务等相关机制的统一制定与执行：线索分配、商机报备、各类审批、基础使用规范等机制与措施。

让业务经营更加清晰 (LTC)



购买旅程

产生疑问

客户发现问题，并且通过一些方式开始了解怎么解决这个问题

了解解决方案

初步了解行业内都怎么解决这个问题，并且不断充实自己的知识储备

寻找更多厂商

开始寻找多家厂商，并且开始同步自己的问题给厂商，希望听到更多的专业的解决方案

选择解决方案

听取各大厂商的解决方案，评估方案价值，并提出质疑，并且有可能需要进行POC测试

选择合作伙伴

立项成功之后根据预算，方案价值等进行厂商选择



执行采购

S1

S2

S3

S4

S5

S6

准备初步材料

了解客户信息，行业信息，准备相关材料，做拜访前准备

完成初步咨询

给客户演示解决方案，深挖客户需求，同步相关材料进行教育

分析所遇问题

针对调研材料和客户行业背景进行问题诊断和分析，并准备解决方案和demo环境，准备演示

解决方案展示

解决方案展示，demo演示，创建构想，体现价值得到客户的认可

确定购买服务

针对客户需求以及方案确定客户购买的版本以及licence

协助完成购买

完成报价和合同的流程，协助客户完成商务流程



销售流程

销售复查与督导

确定目标、识别差距
分析根因、共识行动
评估结果

销售工具打磨与支持

场景设计、流程优化
行业方案、作战卡
PPVVC/BANTSC/CCS

销售管道管理

阶段设置、节点控制
关键事件、里程碑行为
漏斗检查、销售支持

销售预测

销售漏斗、成交几率
商机数量、商机规模
销售周期、GAP分析

目标设定与绩效评估

纬度设计、目标分解
SOP执行、周期检查
绩效评估



评估矩阵

销售方法论示例

客户购买流程

定义问题

确认需求

选择解决方案

评估风险

销售流程阶段

目标识别

赢得支持者

赢得权利支持者

赢得高层支持者

商务谈判

签约

销售活动

- 客户研究
- 识别联系人
- 激发兴趣
- 拜访前准备

- 让联系人承认痛点
- 诊断原因
- 创建构想
- 将联系人转变为支持者
- 同意后续步骤

- 诊断原因
- 创建构想
- 将权利人士转变为全力支持者
- 同意SOE
- 三板斧
- 引荐高层支持者

- 开始执行SOE
- 价值分析
- 实施计划
- 要求关单

- 谈判准备
- 商务谈判

- 签订合同

销售工具

- 目标客户清单
- 成功案例
- 关键人物表

- 方案提词板
- 构想创建模型

- 方案提词板
- 构想创建模型
- SOE模版

- 价值分析模版
- 实施计划模版
- 成功标准模版

- 谈判准备表
- 交换清单

- 合同模版

阶段成果

拜访前邮件

支持者邮件

权利支持者邮件及认可的方案

SOE邮件

已确定的合同T&C

已盖章合同

100

关键信息

两种客户版图

汇报关系

加关注 工商信息 讨论一下 客户 | 未划区销售公海池 | Rex | 50

电话: 13099098876

只显示上下级 ☒



影响力版图

只显示上下级 ☒

编辑



- 三位决策者，见过一位，存疑，两位无接触
- 唯一的支持者与决策者隔级汇报，影响力有限，他的老板（汇报给决策者）无接触

作战地图--个体画像纬度

决策角色

项目角色	评估者
项目立场	请选择项目角色
熟悉度	审批者
企业组织角色	评估者
项目影响力	决策者
性格特征	用户
是否主要联系人	权力支持者
	请选择项目影响力
	未知

关系状况

项目角色	评估者
项目立场	中立
熟悉度	请选择项目角色
企业组织角色	支持
项目影响力	中立
性格特征	非支持
是否主要联系人	反对
	未知
	未知

交互程度

项目角色	评估者
项目立场	中立
熟悉度	简短联系
企业组织角色	请选择项目角色
项目影响力	深度了解
性格特征	多次接触
是否主要联系人	简短联系
	无联系

行为取向

项目角色	评估者
项目立场	中立
熟悉度	简短联系
企业组织角色	公司成员
项目影响力	请选择项目影响力
性格特征	未知
是否主要联系人	远见
	创新
	务实
	保守
	落后
	未知

重要程度

项目角色	评估者
项目立场	中立
熟悉度	简短联系
企业组织角色	公司成员
项目影响力	请选择项目影响力
性格特征	请选择项目影响力
是否主要联系人	高
	中

优化销售日常Review机制，以CRM为管理抓手，不断强化战略到执行的落地

销售例会的层级

【示例】



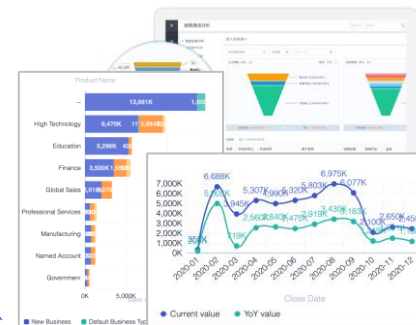
一线Review

- 以点为主
- 贯彻执行
- 检查角色
- 关注问题和困难



管理Review

- 点面结合
- 分析决策
- 教练角色
- 关注规律性问题



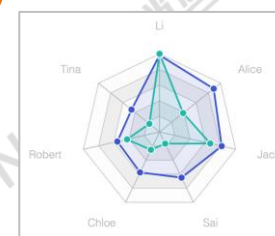
按行业预测/趋势分析



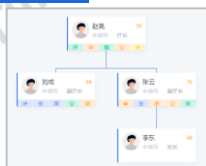
销售目标达成分析



项目阶段推进



团队赢率分析



作战地图



CRM系统
信息更新



项目看板

CRM报表
实时呈现

3.总结评估

2.询问分析

4.决策行动

1.汇报请援

1.汇报请援

2.询问分析

3.总结评估

4.决策行动

上周四

上周五

周一

时间

建立销售、运营及服务等相关机制的统一制定与执行

端到端流程打通，不是把整个LTC流程画完并实现线上化就完事了，而是需要在**组织、流程和认知**上实现拉通并高度结合**行业认知**和**最佳实践**的管理体系



价值总结

CRM项目实施

看得清

为决策者提供更透明的经营状况，使企业的发展战略和经营目标得以有效的贯彻和准确的执行

控得住

为管理者提供更有效的风险防范措施和手段，建立业务规划，以减少其人为干扰因素，多级审批制度监控相配合

管得了

为管理者提供更规范、更优化、更高效的管理方式：如客户信息整合，商机挖掘跟进项目监控，合同执行监控，服务过程管理，关键点预警提醒等；

做得好

为员工提供更便利、更高效协同的工作平台：如提供规范业务流程，确保操作的一致性，信息及时共享，制度与工具配合

可规模可复制的销售体系

关于销售易

Neocrm 销售易

团队优势

汇聚**企业应用与互联网专家**，核心团队多来自于SAP、Oracle、IBM、Salesforce、埃森哲等IT企业级专家和国内BAT的互联网精英组成

创新优势

基于移动、社交、云、大数据、AI、IoT，
打造**全新一代移动CRM**

专业优势

Gartner

唯一一家连续五年（2017-2021）入选Gartner
全球SFA魔力象限的中国CRM厂商
并入选Gartner aPaaS 推荐供应商名单

资本优势

腾讯、红杉资本、经纬中国鼎力支持，保障产品、技术、服务、运营全面领先

服务优势

实施交付团队+**客户成功经理**无缝结合的服务与支持，保证客户满意度



更多客户借助销售易实现业绩规模化增长



Neocrm 销售易

Thank you



400-050-0907
www.neocrm.com