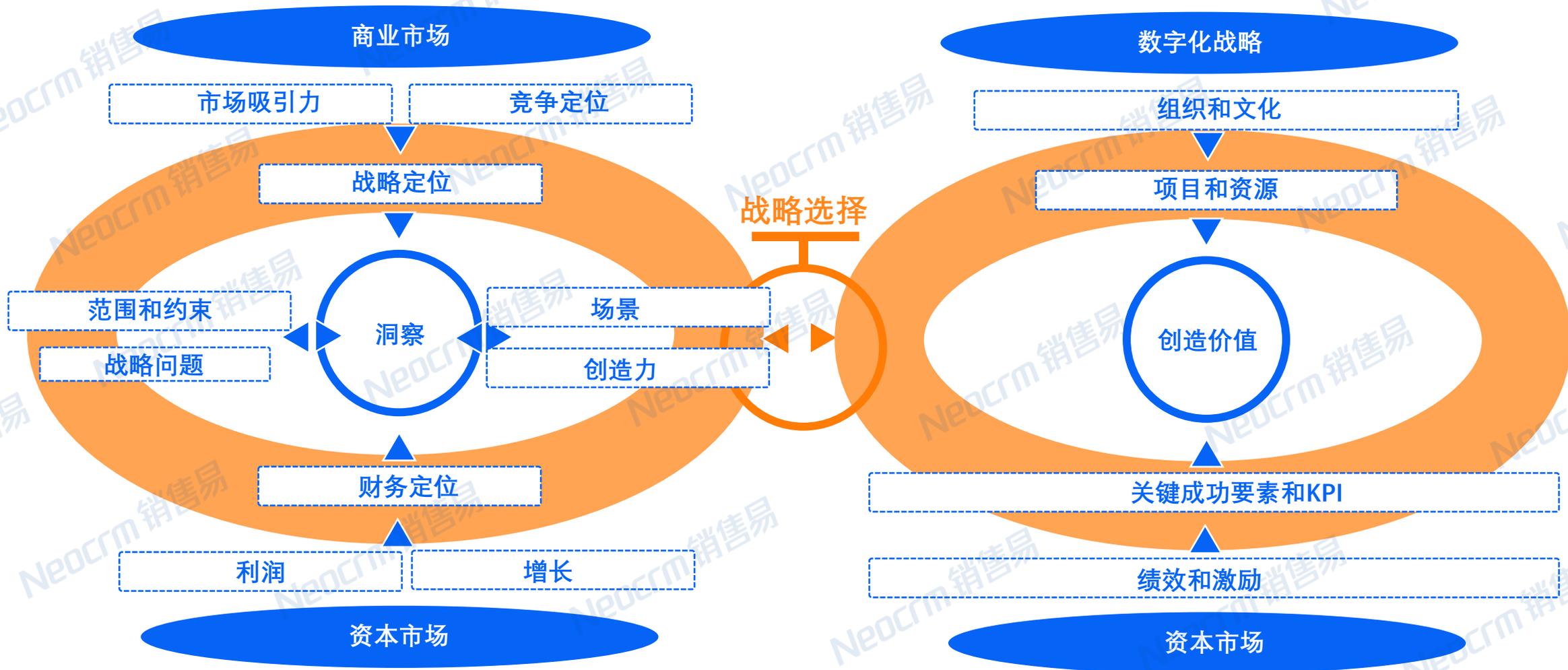


Neocrm 销售易

用新型CRM 打开企业数字化的突破口

高建彬

数字化转型成为企业战略中的重要选择



数字化转型的本质

企业战略

经营战略

(营销战略、产品战略、
品牌战略……)

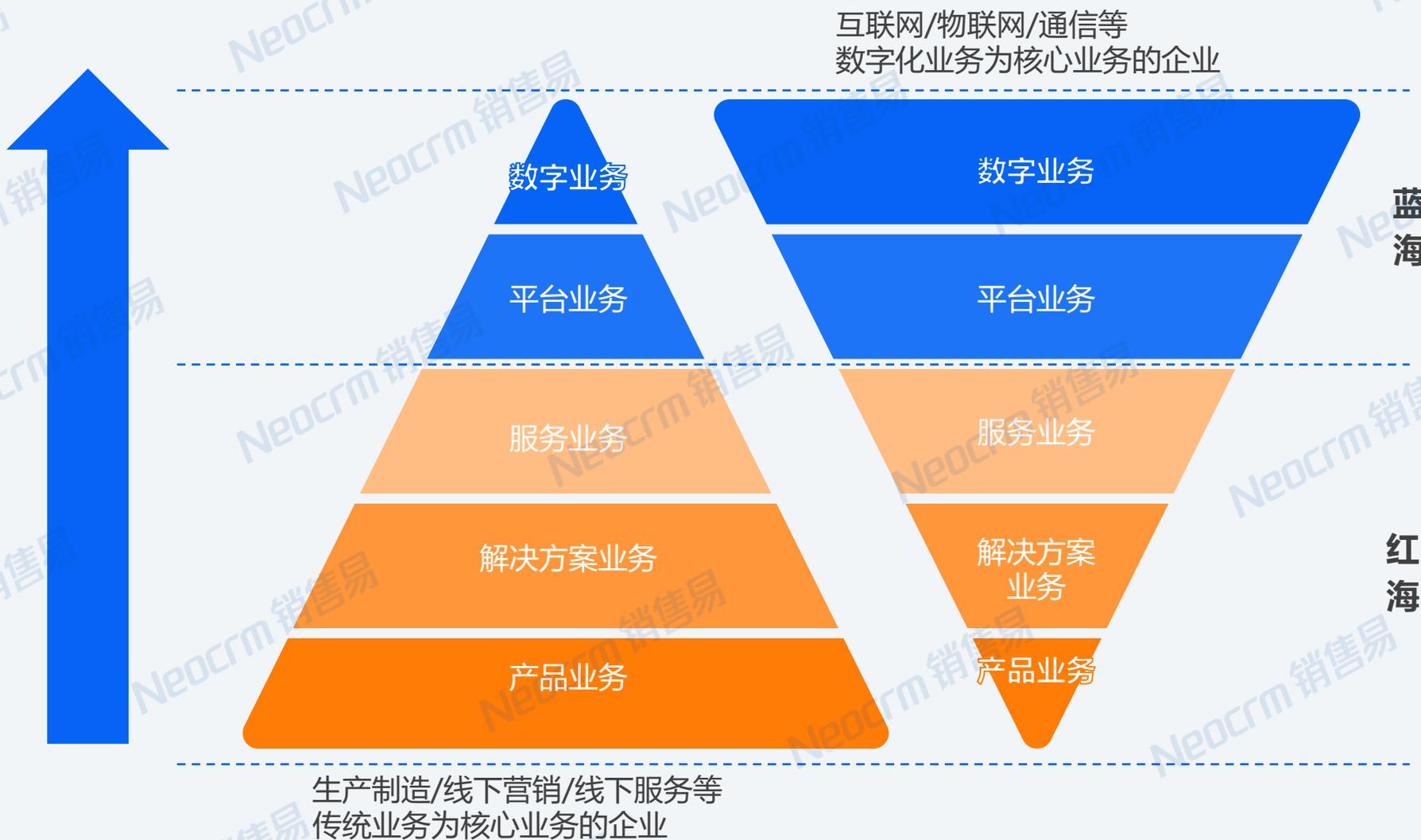
职能战略

(财务战略、人才战略、
融资战略……)

数字化转型战略

- 数字化转型的核心关键是用户思维，从用户思维重塑商业模式，通过技术手段来适配新商业模式下的业务流程与管理变化，提升客户体验，最终实现数字化转型。

传统企业数字化转型路线图



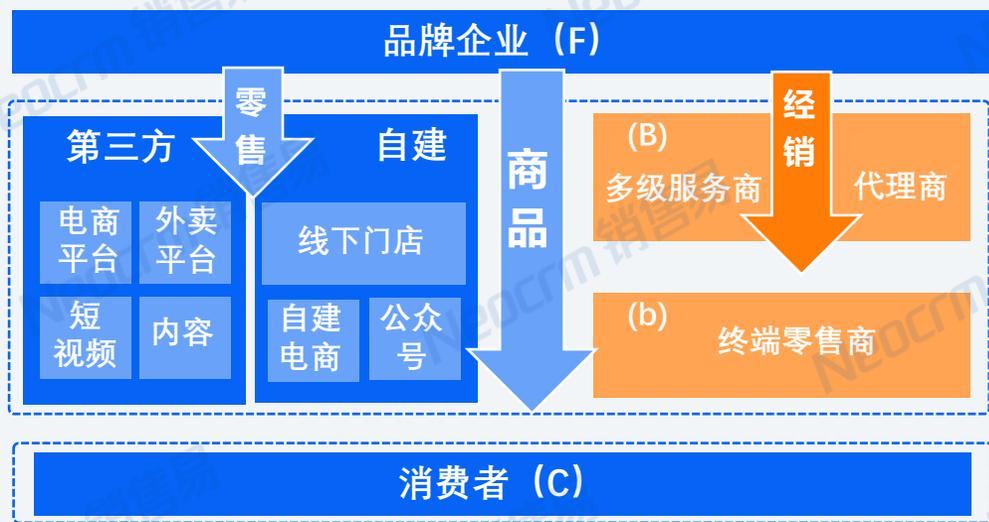
企业数字化转型突破口--客户数字化



客户数字化重构企业营销服链条



端到端业务在线和实时的人在线



数字化转型方法论

“1套方法”贯穿数字化转型的全过程

数字化转型规划

(愿景驱动数字化转型规划)

变革项目实施

(用变革的方法确保规划落地)

IT产品持续迭代

(IT按产品管理, 业务和IT一体化)

“4类场景”实践业务重构

数字化重构业务运作模式

数字化作业

(减少业务高能耗点)

数字化交易

(让做生意简单、高效)

数字化运营

(实现业务运营模式升级)

数字化办公

(构建全方位的连接与协同)

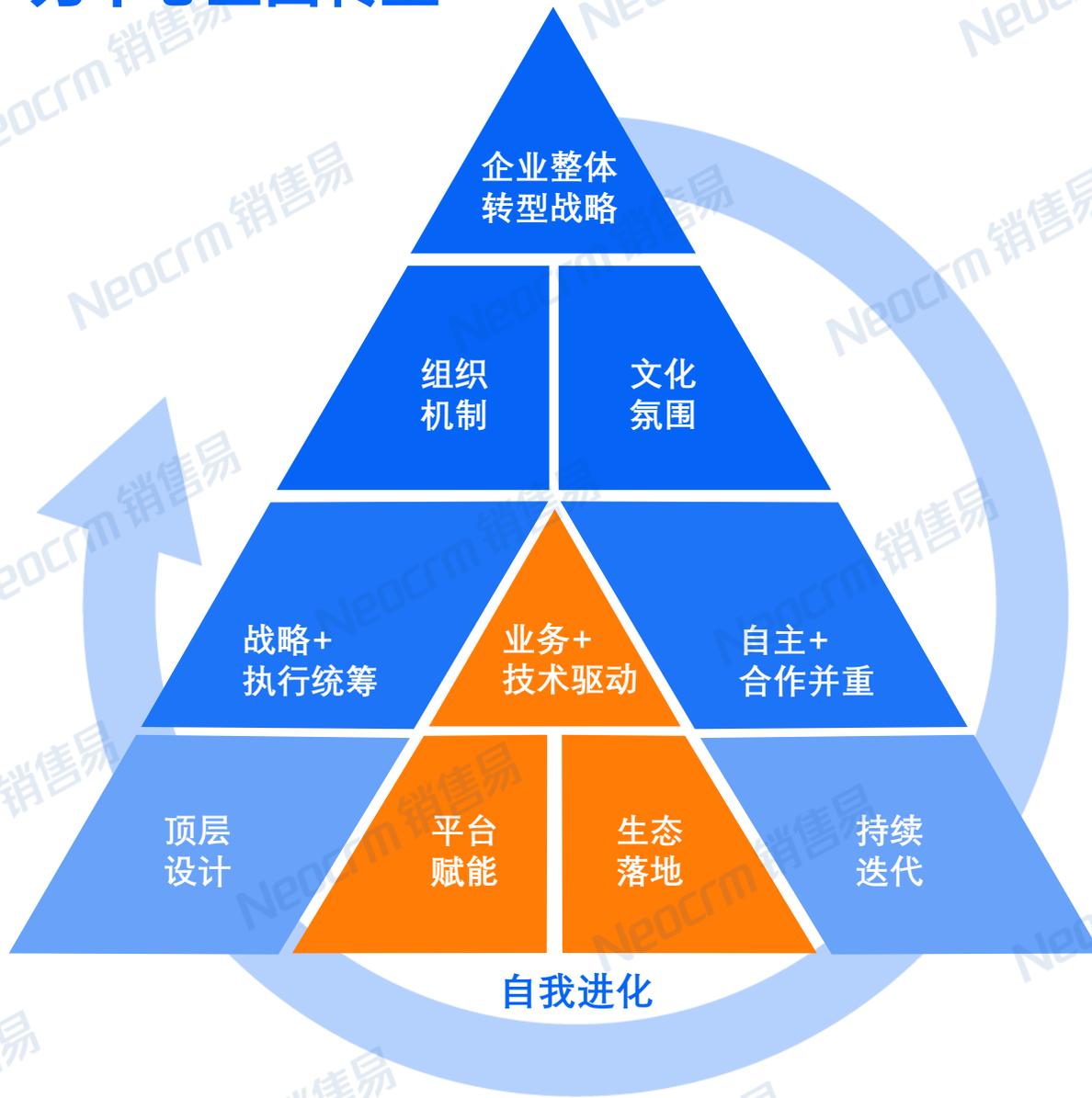
“3大平台”为数字化转型提升保障和支撑

统一的数据底座

云化数字平台

变革治理体系

数字化转型要以客户为中心全面转型



企业数字化转型架构



数字化转型业务架构变革



数字化转型技术架构变革

应用场景化
提升用户体验

能力服务化
支持业务敏捷
与创新

数据融合化
数据同源，基于
清洁数据经营

技术组件化
易扩展，易引入
新技术

资源共享化
共享弹性高效

实时在线、社交和按需的体验



客户(2B)



合作伙伴(2P)



供应商(2S)



员工(2E)



消费者(2C)

场景化
应用

数字化业务

创新

需求

供给

战略/执行

工作场所

业务平台

数据平台

技术平台

AI

IOT

VR/AR

大数据

……

资源平台

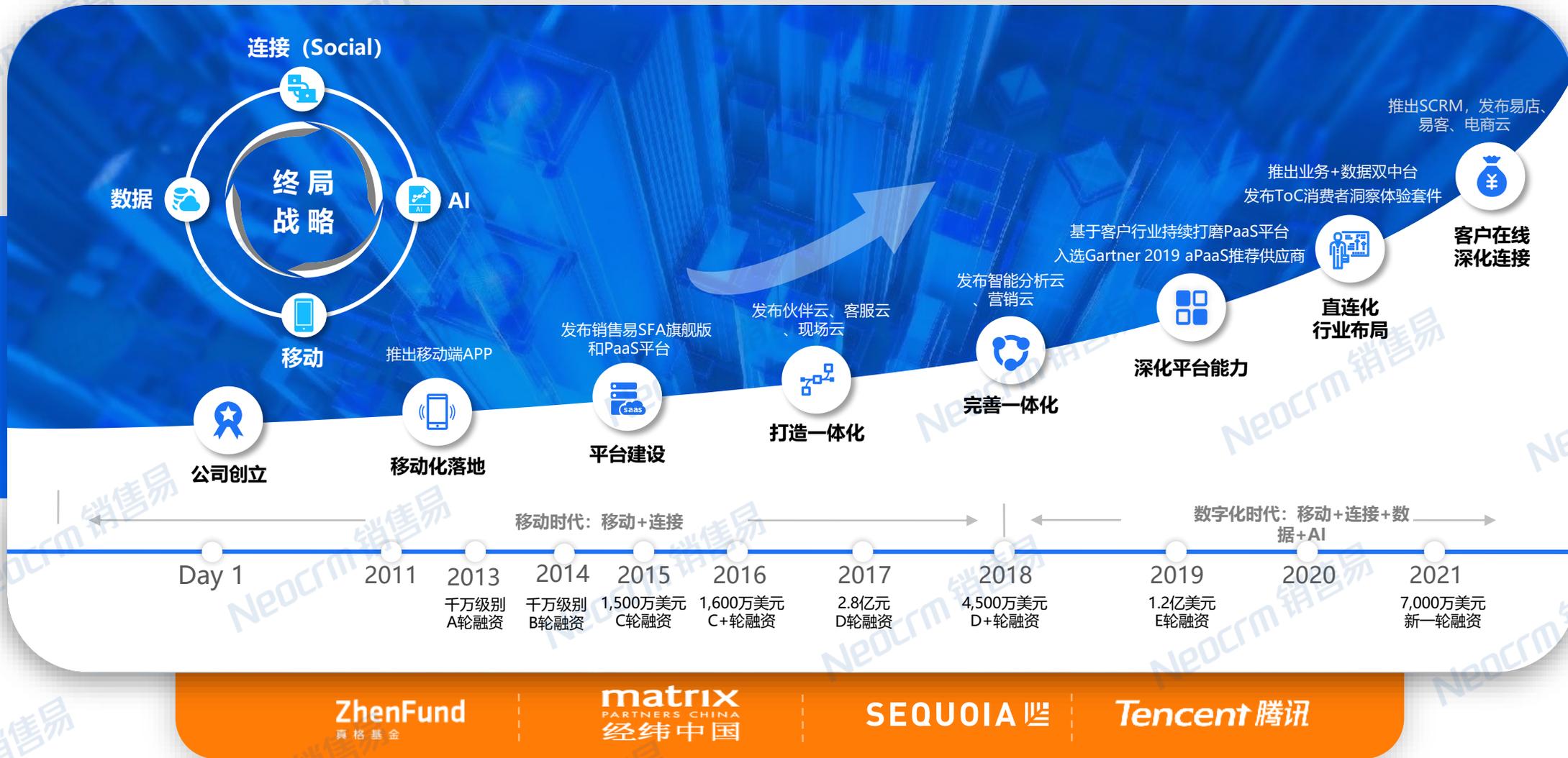
运营体系

安全体系

数字化能力

- 应用模型积累
- 数据资产沉淀
- 技术架构演进

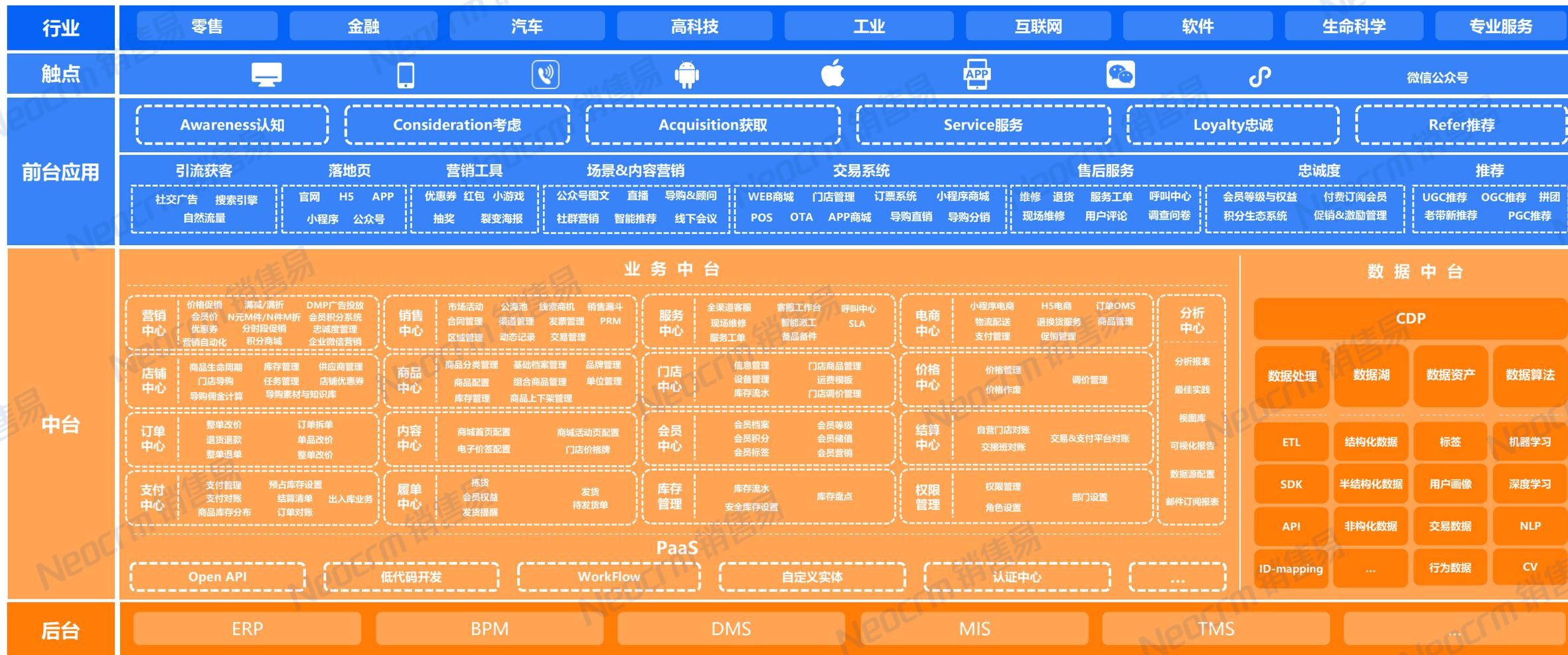
终局战略牵引，坚定CRM赛道上十年沉淀，成为数字化时代行业引领者



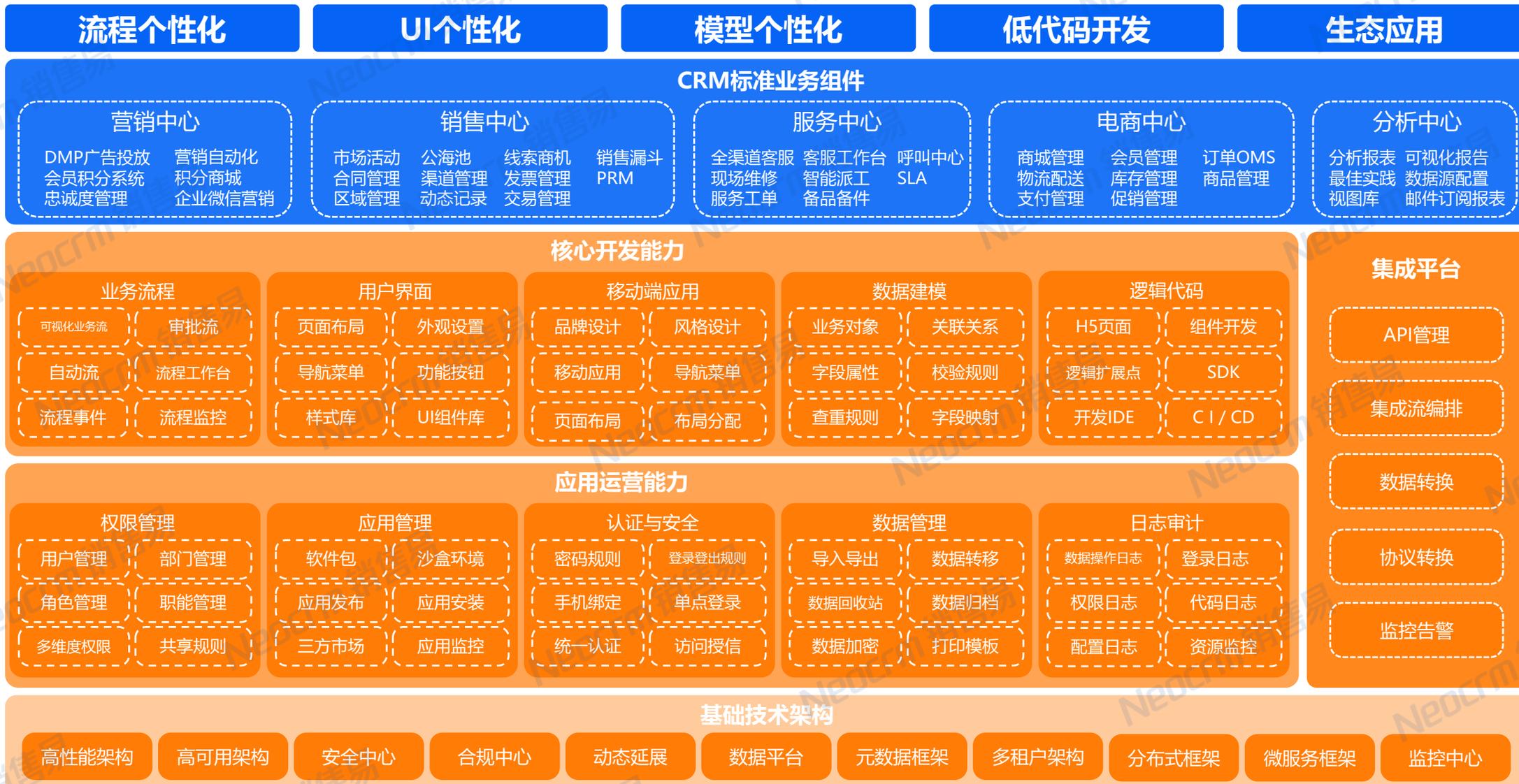
销售易赋能企业和客户互动的全链路数字化、重新定义CRM



应用业务架构图



平台业务架构图



PaaS方案架构



他们借助销售易的数字化方案实现业绩增长

 HSBC 汇丰	 上海电气 SHANGHAI ELECTRIC	 沈鼓集团	 Lenovo	 腾讯云	 滴滴
 中信银行 CHINA CITIC BANK	 Schneider Electric 施耐德电气	 CAT [®]	 HIKVISION 海康威视	 WPS 来自金山办公软件	 京东
 UnionPay 银联	 DELIXI ELECTRIC 德力西电气	 SANY 品质改变世界	 九号公司 Segway-Ninebot	 洽洽	 同程旅行
 Prudential	 远东控股集团 FAIR EAST HOLDINGS GROUP	 LIUGONG 柳工	 DJI 大疆创新	 良品铺子 BESTORE	 知乎
 中升集团 ZHONGSHENG GROUP LIFETIME PARTNER 终生伙伴	 syngenta.	 HYUNDAI HEAVY INDUSTRIES CO.,LTD.	 DAIKIN 大金空调	 Jin Jiang Hotels 锦江酒店(中国区) Jin Jiang Hotels China Region	 C&D 建发汽车

荣誉资质



唯一入选Gartner SFA全球魔力象限的中国CRM厂商



ISO20000 / ISO27001 双国际认证



入选2019 Gartner aPaaS推荐供应商名单



移动信息化可信选型认证



“新基建”产业独角兽TOP100



WISE2020企业金榜



金奖“最佳移动CRM解决方案”



2019 CEIA中国企业IT大奖之“最佳CRM SaaS提供商”



中国企业服务产业独角兽



“墨提斯”奖“年度移动CRM创新奖”



云领奖“2017-2018年度最佳SaaS服务商”



安永复旦“2017中国最具潜力企业奖”



基石奖之数字化转型年度杰出贡献企业



2019年度最佳领导力品牌



中国企业云技术服务商50强



2017-2018年度新一代信息技术优秀解决方案



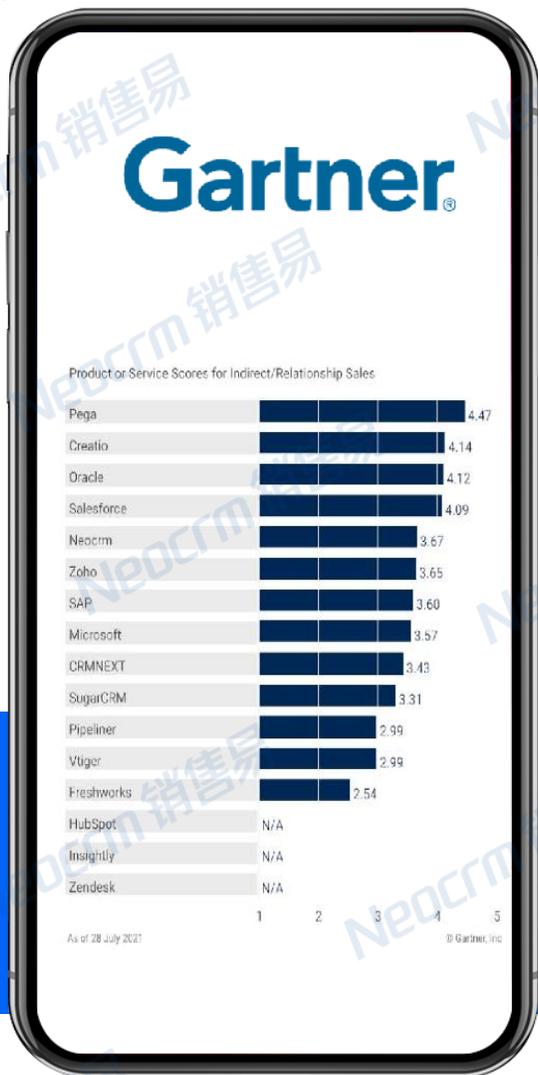
CEIA中国企业IT大奖之“最佳CRM SaaS提供商”



2021年度最佳企业服务品牌

世界级CRM品牌：产品方案连续多年入选Gartner全球魔力象限

■ Gartner Group: 1979年成立于美国，第一家也是全球最具权威的IT研究与顾问咨询公司，提供最客观公正的信息技术与分析报告。



魔力象限功能指标	销售易得分	其它厂商得分
移动端能力	4.6 分	Oracle (4.4分) Microsoft (4.1分) Salesforce (3.9分) SAP (3.5分)
BI报告分析能力	4.2 分	SAP (3.3分)
向导式销售	3.9 分	SAP (3.6分) Microsoft (3.6分)
渠道管理能力	3.3 分	SAP (3.1分) Microsoft (2.4分)

唯一且连续五年入选Gartner SFA全球魔力象限的中国企业
多项能力指标超越国际厂商

(相关数据来源: Magic Quadrant for Sales Force Automation 2017~2021, Gartner)

建发汽车数字化转型案例

中国汽车流通协会

数字化转型 | 建发汽车：四位一体夯实数字底盘，新4S数字化转型
绘就新蓝图

建发汽车 中国汽车流通协会 2022-05-27 18:00 发表于北京

私域数字化收获2亿+产值

三、数字化转型不是喊口号，实战才是硬道理

3.1 业务数字化转型：私域数字化收获2亿+产值 开启数字化引领业务转型

基于低成本流量的需求、解决业务痛点的需求以及主机厂数字化转型对旗下经销商的要求，建发汽车确立了具有前瞻性的战略规划，开始了数字化转型的全新探索：打造私域流量客户数字化运营项目，利用公众号、视频号、企业微信及小程序等工具矩阵，实现公私域全渠道结合内容与在线互动对客户进行持续影响，借助创新的数字触点，构建客户360°画像，精准营销，实现数字化赋能业务。

私域小程序访问量超68.5万次，在线订单超过12850单

建发汽车私域平台已为集团旗下宾利、保时捷、迈凯伦、阿斯顿马丁、路虎、捷豹、奥迪、林肯等18个品牌32家门店实现数字化赋能，上线10个月已构建超14万名高端客户的私域池，私域小程序访问量超68.5万次，在线订单超过12850单，豪华车客户转化率达7%，超行业均值2倍以上，私域流量成交订单已为集团贡献了超2个亿直接营业收入，助力建发汽车驶入数字化转型赋能、提质增效的超车道。2021年，建发汽车私域流量客户数字化运营项目成效显著，具有较好的行业代表性，荣获了“汽车行业数字化典案例”奖。



建发汽车数字化转型案例

集团概况:

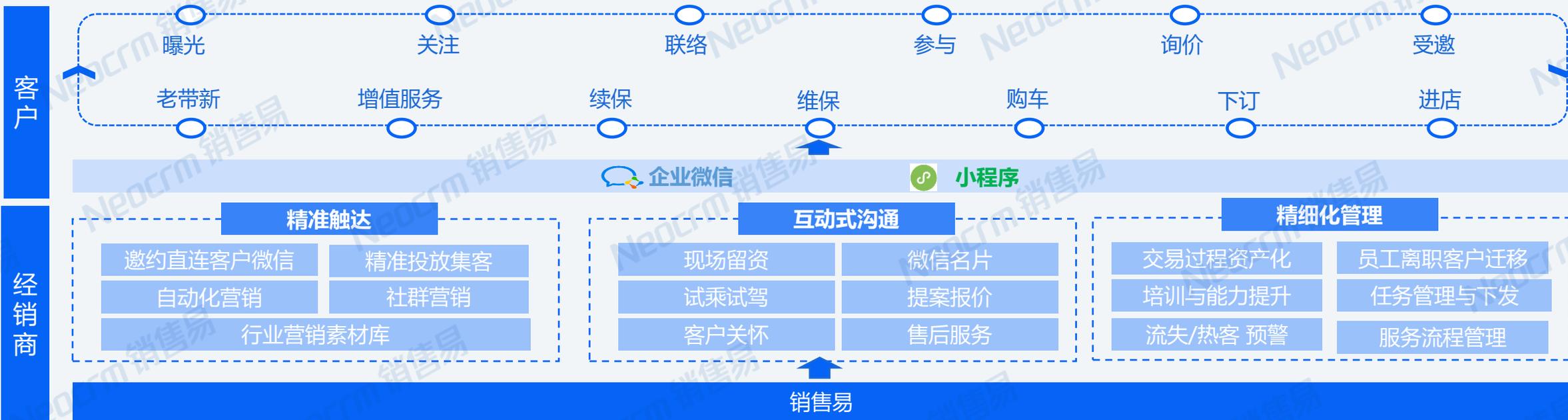
■ 2021年百强经销商排名45位;

■ 经营品牌:



面临挑战:

- 客户触点单一仍以电话为主, 客户微信好友缺乏营销和运营赋能工具
- 业务渠道和客户没有在线化, 客户感知和触达很低
- 缺少对客户行为和兴趣数据的收集, 无法形成客户画像和需求洞察
- 段到段的服务, 错失了客户全生命周期其他价值机会
- 无法做到线上线下的融合实现数据驱动业务



使用效果

(一年时间, 34家店)

2亿+
产值

16万+
企微月聊天

500+台
引流购车

33%
非集团保客占比

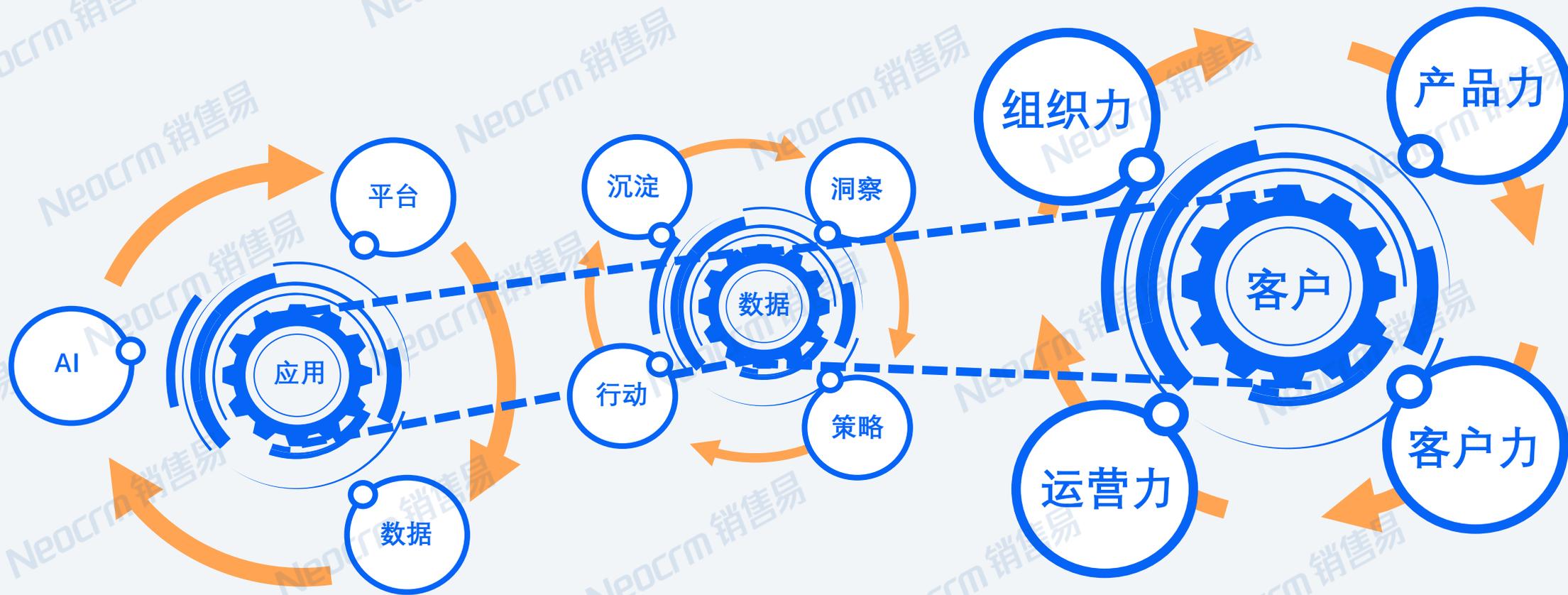
4.5%
销售平均转化率
(行业平均2.8%)

17万+
企微客户

5000万+
售后衍生产值

8.2%
售后平均转化率

全链路数字化构建企业全新高质量增长飞轮



Neocrm 销售易



专家夜话

后疫情时代

如何实现业务高质量健康增长



关注销售易官方微信号
获取更多行业信息



添加课代表企微
讲义、回看视频及更多干货等你来领