

# 版权说明

本内容均属e-works（中国制造业信息化门户网、武汉制造业信息化信息技术有限公司）会议论坛上所获取的资料，版权归e-works及演讲人单位及个人所有，严禁任何媒体、网站、个人或组织以任何形式或出于任何目的在未经本公司书面授权的情况下抄袭、转载、摘编、修改本会议资料内容，对有违上述行为而构成的版权侵权行为，e-works将依法追究其法律责任。如已是e-works授权合作伙伴，应在授权范围内使用。

e-works内容合作伙伴申请热线：[wc@e-works.net.cn](mailto:wc@e-works.net.cn) tel: 027-87592219/20/21-105

[www.e-works.net.cn](http://www.e-works.net.cn)

中国制造业信息化门户网  
武汉制造业信息化信息技术有限公司

# Tectura MS CRM解决方案助力企业更好的实现开源节流

**Roy Zhu**  
**Solution Manager**  
**2012-7-6**

**TECTURA®**

Tectura(瀚资)公司介绍

如何更好的发挥企业内在潜力保持企业各项值增长

Tectura Microsoft Dynamics crm 分销模式解决方案

Tectura Microsoft Dynamics crm 会员制营销模式解决方案

Tectura Microsoft Dynamics crm 大客户营销模式解决方案

Tectura(瀚资)公司介绍

如何更好的发挥企业内在潜力保持企业各项值增长

Tectura Microsoft Dynamics crm 分销模式解决方案

Tectura Microsoft Dynamics crm 会员制营销模式解决方案

Tectura Microsoft Dynamics crm 大客户营销模式解决方案

全球1,850 多名员工  
60多个分公司  
分布在20多个国家

全球6,000 多家客户

战略联盟合作计划  
使业务拓展到45个国家

本地服务和全球专家资源支持  
范围覆盖全球六大洲

行业专家和行业方案

- 致力于微软集成的商务管理解决方案:

- ERP:

- Microsoft Dynamics Ax
- Microsoft Dynamics Nav
- Microsoft Dynamics GP
- Microsoft Dynamics SL

- CRM

- Microsoft Dynamics CRM

- 微软前后台的技术和微软技术构造的集成

- 主要行业的解决方案领域

- 流程制造
- 装备制造
- 分销
- 包装
- 服装
- 航空航天
- 石油/燃气
- 生命科学
- 政府
- 教育
- 医药卫生保健
- 专业服务
- 建筑
- 零售

# Tectura公司在亚洲的分布



**中国的统计数据**  
180多个员工  
400多个客户  
4个分公司

## 为Microsoft的领先业务解决方案增添价值

多年来，Tectura 收到Microsoft 的诸多赞誉与认可。现做一历史性的总结：

- 核心集团  
(1% 的Microsoft Dynamics 顶级合作伙伴)
- 总统俱乐部奖
- 主席俱乐部奖
- 鹰奖
- 客户关怀卓越奖
- 优秀客户奖
- 忠诚客户奖
- 美国成长最快合作伙伴 奖
- IMPACT 奖- ERP 年度解决方案(加拿大)
- 年度制造业合作伙伴奖(美国)
- “百万美元”俱乐部奖
- MBS 年度全球合作伙伴奖(全球)
- 年度最佳合作伙伴奖- (大中国区)
- 最佳合作伙伴奖(加拿大)
- 最佳销售认可奖(大中国区)
- 年度最佳合作伙伴 奖(亚太区)
- 年度最佳合作伙伴奖(大中国区)
- 年度最佳合作伙伴 奖 (香港)
- 年度最佳合作伙伴 奖 (北美)
- 年度最佳合作伙伴奖(美国)
- 年度最佳合作伙伴奖 (全球)
- 年度全球先驱奖
- 年度技术创新奖(大中国区)

Tectura(瀚资)公司介绍

如何更好的发挥企业内在潜力保持企业各项值增长

Tectura Microsoft Dynamics crm 分销模式解决方案

Tectura Microsoft Dynamics crm 会员制营销模式解决方案

Tectura Microsoft Dynamics crm 大客户营销模式解决方案



# 企业如何更好的实现可控范围内的稳增长

分析：

利润总额 = 营业收入 - 成本 - 营业税

营业收入 = 主营业务收入 + 其他业务收入 + 营业外收入

主营业务收入 = 销售人员销售回款额之和 = 客户回款额之和

结论：

所以要实现企业利润额稳增长的方法是提升销售人员销售额/客户回款额及控制相关成本

分析：

为什么销售人员业绩差异非常大：1、2、3、4、5

为什么有些销售人员业绩非常好呢？

结论：

销售方法及所能利用的资源问题

## 改善销售人员的销售方法提供Support工具？

得到更多的新客户



保有价值客户

提升潜在用户转换率

企业前端营销资源

提升已有客户客单价及客购量

# Tectura MS CRM整体解决方案提高营销效率



# 目录

Tectura(瀚资)公司介绍

如何更好的发挥企业内在潜力保持企业各项值增长

Tectura Microsoft Dynamics crm 分销模式解决方案

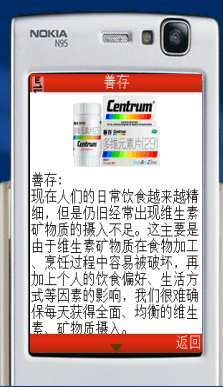
Tectura Microsoft Dynamics crm 会员制营销模式解决方案

Tectura Microsoft Dynamics crm 大客户营销模式解决方案

# TECTURA MICROSOFT CRM分销主导型企业CRM解决方案



# 方便销售的工具引入：销售代表移动办公平台快速提升销售业绩，节约培训成本及市场机会成本



方便销售人员了解自己的业绩目标及现行的差距，起到激励销售人员作用

让销售人员快速了解客户，方便其快速进行产品销售

方便了销售人员对企业新政策及新产品的了解及快速的将新产品传递给客户，形成快速销售

企业为销售人员量身定制了业务拜访流程，减少了业务员的随意性，增加了成单的可能性，



1. 收到促销通知
2. 定位眼前客户信息
3. 拜访老板，并且告知促销信息
4. 老板现场下订单
5. 手机申领促销政策
6. 打印订单
7. 促销政策返其终端
8. 收款记录
9. 进店拜访标准动作

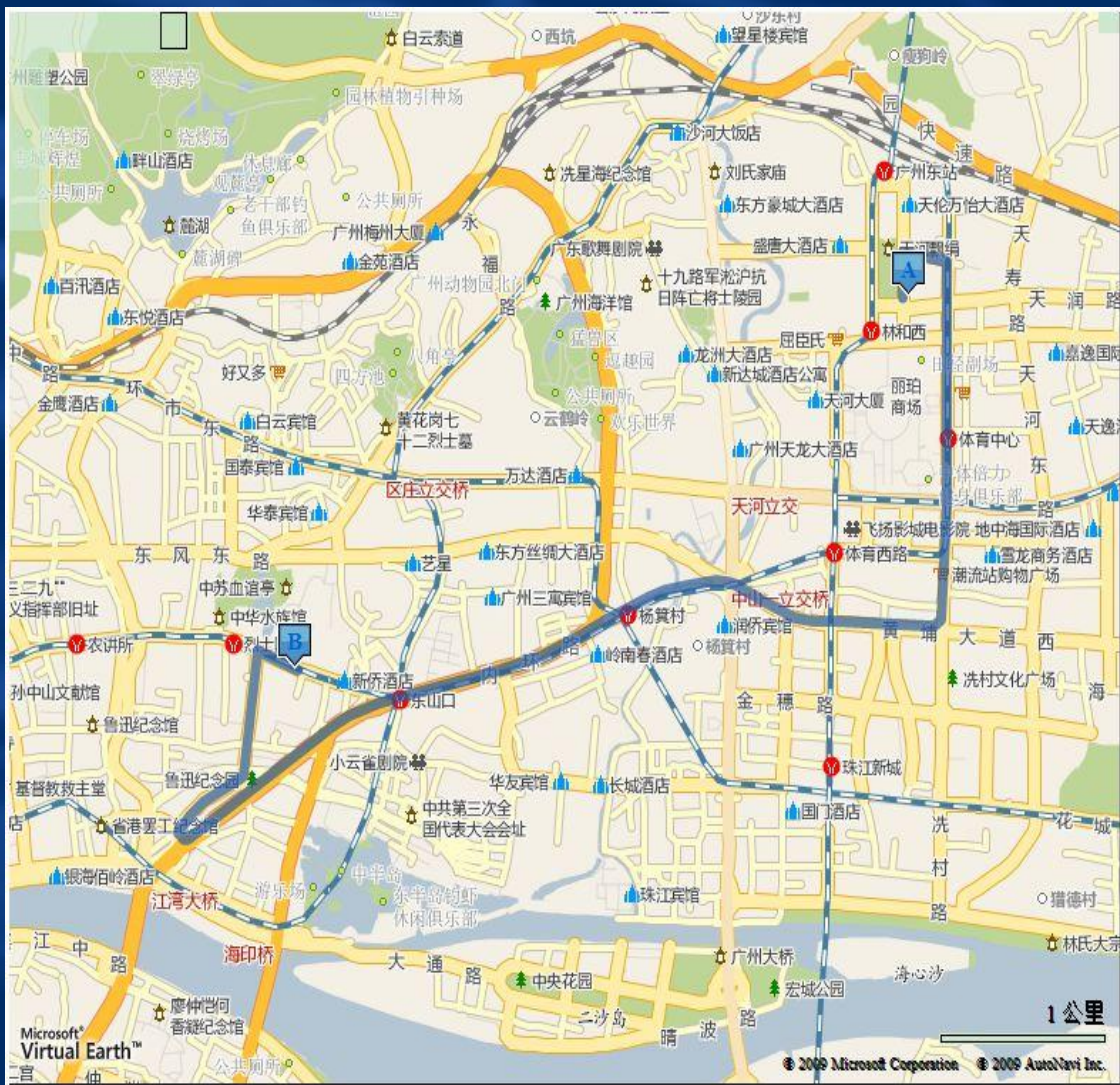


大华南路店



# 方便销售及管理的工具引入：地图工具——方便公司及销售代表快速了解客户分布，及合理的帮助销售代表规划出行线路

- ✓ 拜访政策（根据拜访政策自动为销售代表生成拜访计划及拜访路线最优规划）
- ✓ 负责客户的地理位置
- ✓ 销售代表执行标准流程拜访
- ✓ 跟踪销售代表的实际位置进行定位，以便统一管理
- ✓ 代表的线路执行和线路时间分析
- ✓ 拜访执行与销量分析



# 对企业的益处

- 1.销售过程动作的标准化、做到了天龙八部，让我们的销售队伍更专业，通过移动化解决方案配合CRM的应用提升了企业销售代表的管理方法，加大了人单产能，从而为企业快速赢得市场打下基础。
- 2.把分销过程中的基础数据（经销商、网点、销售代表、车辆），分销过程中的业务数据（订单、回款、促销、返利）等进行的有效的管理通过分级模型为公司评定客户等级打下了数据基础，为接下来了差异化营销打下了基础。
- 3.通过先进的技术快速获取市场数据，为抢占市场提供了准确的市场信息。

# 目录

Tectura(瀚资)公司介绍

如何更好的发挥企业内在潜力保持企业各项值增长

Tectura Microsoft Dynamics crm 分销模式解决方案

Tectura Microsoft Dynamics crm 会员制营销模式解决方案

Tectura Microsoft Dynamics crm 大客户营销模式解决方案



# 会员制营销模式CRM解决方案（忠诚度管理）

向现有客户销售的几率是 50% ，而向一个新客户销售产品的几率仅有 15%

**客户忠诚度**下降 5 % ， **企业利润**则下降 25 %

如果将每年的客户关系保持率增加 5 个百分点，可能使企业利润增长 85 %

企业80%的收入来源于20%的客户

企业 60 % 的新客户来自现有客户的推荐.....

**这些足以说明留住一个老客户的价值所在：**

**顾客忠诚度是企业利润的主要来源**

**当你的客户量多到一定程度，当你的客户做贡献差异非常大时，当你的合作伙伴多到一定程度，你可以考虑会员制营销模式**

# TECTURA MICROSOFT CRM会员制营销模式CRM解决方案

## (忠诚度管理)



### 忠诚度营销活动

会员分组

会员基础信息

会员购买信息

会员行为信息

会员积分信息

会员特征信息

会员社会化信息

### 忠诚度引擎

积分规则

会员权益

会员等级

促销规则

推荐规则

奖励规则



CTI



3G



EMAIL



PORTAL



DM



门店

线下门店

线上网站

APP

产品浏览

购物

兑礼

咨询

活动公告

积分查阅

购物查询

服务查询

BI智能分析

# 功能强大的整合营销平台

## 潜在会员/沉寂客户 (池)

具备会员的基本联系方式 (手机/邮件/通讯地址), 缺乏完整的特征属性和行为属性, 会员缺乏品牌认知和活跃度。

## 互动型CRM平台 (会员高速转化器)

TECTURA®

用户分析

## 活跃会员/交易会员 (池)

具备会员的基本联系信息、特征属性、行为属性及交易信息, 活跃会员, 每月关注、点击购买产品的会员。高度精准粘合会员。

ROI / Performance

互动接触

SMS  
EDM  
DM  
APP

用户行为搜集

订单/会员注册

多层次精准营销

TECTURA®

# 支持门店差异化营销



- 1、总部数据与分公司/门店数据有效协同应用
- 2、目标客户与门店营销的一一对应
- 3、门店之间差异化的营销手段

# 对企业的益处

- 通过系统一的系统化模式，沉淀了会员的各方面资料，为企业了解客户打下数据基础。
- 通过忠诚度管理更好的留住高价值的客户，让潜在客户买的更多，让潜在客户乐于购买
- 通过市场营销活动的评估，找出对各类客户行之有效的营销方法，让我们的营销活动更有针对性
- 为交叉销售及向上销售打下了精准营销数据基础。

# 目录

Tectura(瀚资)公司介绍

如何更好的发挥企业内在潜力保持企业各项值增长

Tectura Microsoft Dynamics crm 分销模式解决方案

Tectura Microsoft Dynamics crm 会员制营销模式解决方案

Tectura Microsoft Dynamics crm 大客户营销模式解决方案

# 大客户营销模式面临各种挑战

“我们的销售应用太难用了。”

“我们的销售人员不按既定销售程序工作。”

“我们的销售代表无法获得成功所需的信息。”

“我们的销售团队固步自封，不能发挥新技术的潜力。”

“销售代表在路上很难使用办公系统。”



现行的线索量是否足以支撑我们完成业绩，如果不够用什么方法可以获取更多的线索？做哪些活动效果好？

现行所跟进的商机进度如何？成单概率如何？能在考核期内完成业绩吗？需要资源支持吗？

现行的线索量是否足以支撑我们完成业绩，如果不够用什么方法可以获取更多的线索？做哪些活动效果好？

跟单的过程专业吗？哪些原因经常会让我们的成单或丢单？有做过分析吗？

我们的服务质量如何？会影响二次销售吗？

# Tectura Microsoft crm大客户营销模式CRM解决方案



Outlook



浏览器



移动



客户PORTAL

市场管理

市场活动策划

活动响应管理

潜在客户分组管理

线索循环挖掘管理

市场活动执行管理

营销ROI分析

销售管理

销售计划管理

销售预测管理

线索跟进管理

复杂报价管理

商机管理

销售合同管理

商机推进流程

成单丢单原因

客户服务

客户服务多渠道接入

服务资源管理

服务工单管理

周期性服务计划

服务工程师调度

服务流程设计

满意度调查

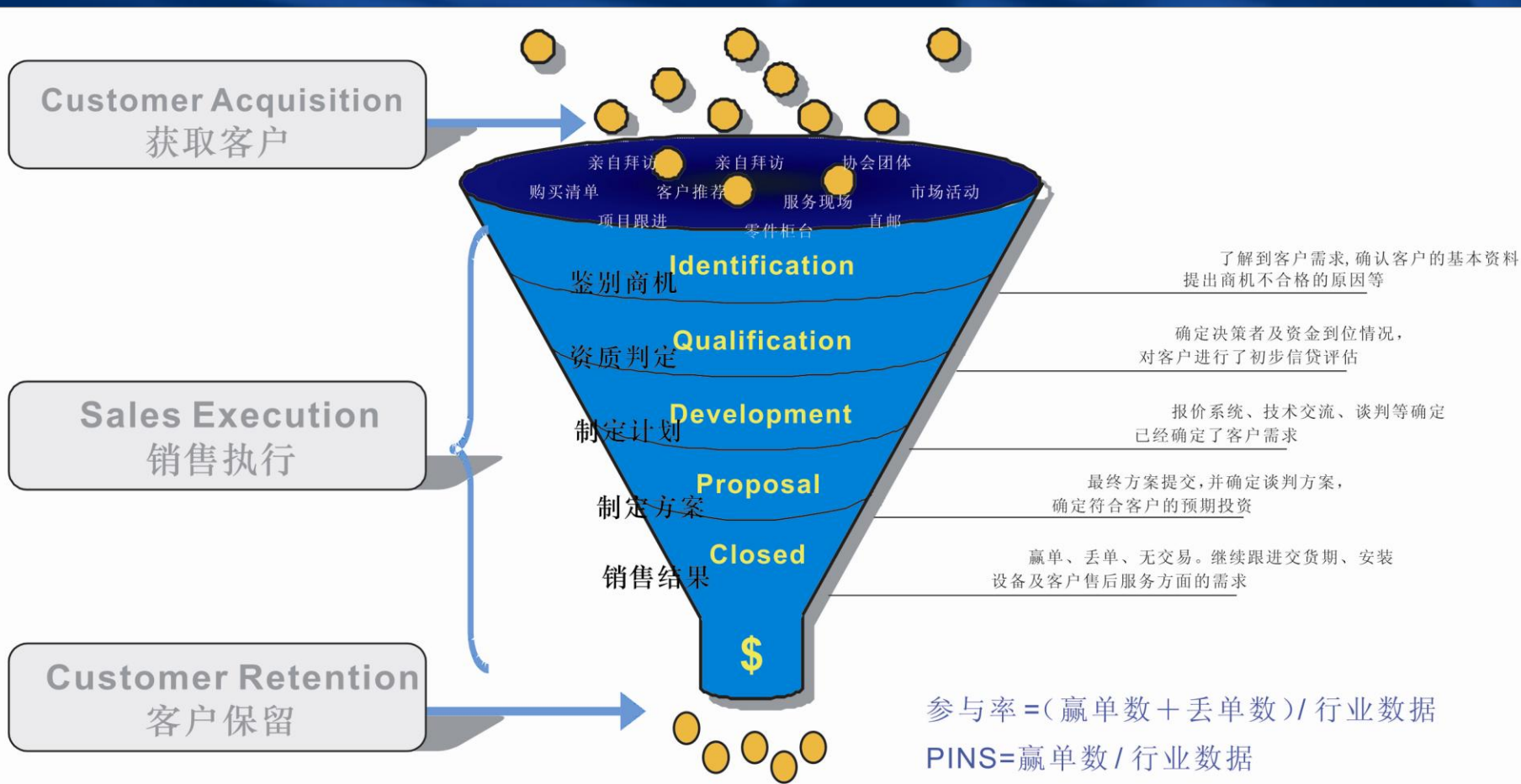
知识库管理

企业资源计划系统 (ERP)

BI智能分析



# 大客户营销模式CRM管理重点



TECTURA®

*Your potential. Our passion.™*