



mySAP™ 客户关系管理

解决方案概览

mySAP 客户关系管理

交付迟缓、服务响应速度缓慢、销售额和利润不断下滑、客户满意度下降……意味着一个个挑战：

您对您最有价值的客户了解有多深？在客户关系的生命周期里，您的雇员和业务伙伴有详细准确的知识有能力来为您的客户提供最好的服务吗？您始终如一地通过各种渠道接触客户吗？您有无将营销、销售和服务各方面的操作集成到端到端、交叉功能的流程中？您系统的前后台之间能良好地进行通讯吗？您知道您的客户保持度有多少吗？您建立起一个贯穿所有交易层次、能支持全部交易处理和信息流的信息网络体系了吗？

所有这些意味着您需要一个能立刻与您现有所有业务流程相集成的解决方案，其具备的强大功能可快速与您企业的整个信息系统相链接，同时其具有的丰富行业经验是您企业最坚实的支持后盾。这就是 mySAP CRM——改善您企业与客户在每个阶段交往的能力，从最初的市场营销到后续的销售服务和支持，提供开放式、个性化用户友好的界面，基于角色的企业门户，准确高效地帮助您增加销售额、提高获利能力、树立市场领导地位，使客户、员工和股东各方均满意。

mySAP CRM ——改善您企业与客户在每个阶段交往的能力，从最初的市场营销到后续的销售服务和支持，提供开放式、个性化用户友好的界面，基于角色的企业门户，准确高效地帮助您提高销售额、提高获利能力、树立市场领导地位，使客户、员工和股东各方均满意。

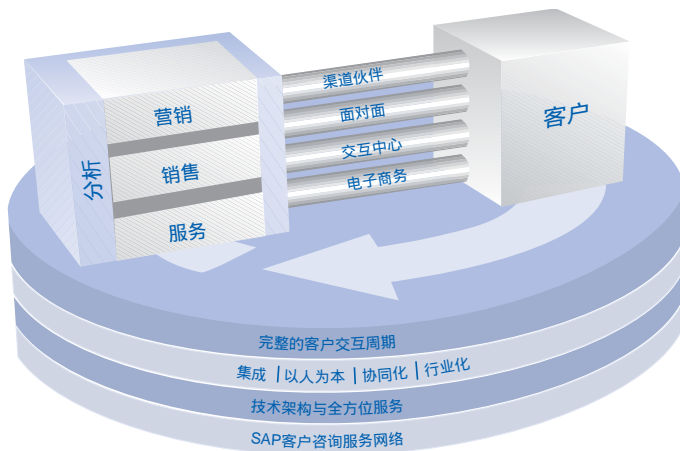
完整的解决方案 ——丰富的功能和支持能力

mySAP CRM 不仅包含了企业市场营销、销售、服务、分析等功能性能，还通过渠道伙伴、现场、交互中心、电子贸易等各种交互渠道性能形成完整的闭环式设计解决方案。

通过 SAP 强大的技术和架构，提供开放连接、以人为本、协同高效、行业特性的 CRM 毋庸置疑，mySAP 客户关系管理是全球众多最成功、高利润企业的首选。

要获得全面支持必须选择全面的解决方案

mySAP CRM 具有营销、销售和服务的综合支持能力。系统采用闭环设计，可显著改善企业在客户关系、业务交易执行、完成客户预期和在供服务等方面的处理能力。因此，mySAP CRM 可以帮助您提高销售额、提高获利能力、树立市场的领导地位，使客户、员工和股东各方均满意。



营销解决方案——为营销艺术注入新科技

营销活动未果,成本无法预测,促销计划与库存量不匹配,预算会上人人眉头紧皱。的确,营销是一门艺术,但难道真的需要搞得如此玄虚吗?当您的企业使用了 mySAP™ 客户关系管理解决方案(mySAP CRM)后,结果就不一样了。这是一种与众不同的解决方案,营销专家处于企业内部和外部信息资源的中心,系统为他们配置了高效工作所需的各种工具。从而使营销方案的计划、执行和测评迈上了科技的新台阶。

将您的前景化为实际的客户

通过 SAP 与众不同的解决方案,市场营销专业人员处于企业内部和外部信息资源中心,可以控制成本、验证支出、监控市场和竞争对手、策划成功的行动、协调促销活动、管理客户生命周期、移动办公等,从始至终帮助您有效推销产品和服务。具体包括:

营销计划: 灵活的计划框架来计划并追踪与企业有关的所有关键指标;日程表功能提升各个市场活动之间的协作;与财务集成来进行预算以及真正的成本管理;与供应链管理集成以实现需求驱动的供应链;结合 mySAP 商务智能比照实际实现更精确及时的营销计划。

客户细分: 从一个易操作的用户界面实现多数据源存取;数据的可视化带来对客户更深入的洞察;将对照组与目标组分开,支持试销及确认市场活动效果;基于分析的客户细分包括细分的优化、数据挖掘以及集群分析。

活动管理: 多渠道/多阶段支持;日程表功能提升营销活动之间的协作;活动自动化:流程建模以实现完全自动的、事件触发的活动执行;特别活动特别定价;横跨所有交互渠道的个性化消息;与财务集成的真正闭环的投资回报率(ROI)分析。

促销管理: 交易计划&预算;促销计划;交易量预测;计单&收费、争议处理;零售确认&付款;分析。

线索管理: 对通过多种渠道得到的线索的筛选,渠道包括:交互中心、网络、门户、手持设备等;手动及自动分派线索给内部员工及外部合作伙伴;外部用户表管理,对购买或租借的用户表进行筛选;广泛的线索分析,更深入地了解销售管道。

个性化: 人性化的邮件格式;基于动态分析(数据挖掘)之上的,动态的交叉与升级销售规则;依客户兴趣而定的最佳销售员列表;规则应用于交互中心及网上销售。

电话营销: 协同呼叫坐席与外呼人员调整呼叫清单及脚本,优化营销活动的执行;根据潜在客户的喜好将提供给其的商品个性化,以提升营销活动的效果;通过对活动目标组及脚本效果的提炼,提高潜在客户的转化率;流线化从电话营销到销售的个性化管道。

电子营销: 通过对客户网站经历的个性化,提供最相关及便利的在线经历与信息——使公司能够通过在线销售渠道得到更多销售收入。包括商品目录管理、内容管理、个性化、活动管理、客户细分等。

营销分析: 使用各种先进的工具对客户、目标市场、竞争对手、市场渠道、销售走势、获利能力、第三方市场数据等进行综合分析。将市场方案的规划、组织、预算工作分解到最终一个细节。利用 mySAP 商业智能的内置分析功能,快速掌握并分析客户、产品、销售、销售地区和竞争活动等方面的数据。监控计划付诸实施后的实际效果。

当您的企业使用了 mySAP 客户关系管理解决方案(mySAP CRM)后,结果就不一样了。这是一种与众不同的解决方案,营销专家处于企业内部和外部信息资源的中心,系统为他们配置了高效工作所需的各种工具。从而使营销方案的计划、执行和测评迈上了科技的新台阶。



为每个用户定制的企业门户

通过 mySAP 企业门户可以访问 mySAP CRM。所有营销人员通过基于职务定制的门户可以查看相关信息，门户连接有他们所需的准确资源。这样，每一位专业人员，从营销总监到电话营销代表，都可以高效率地工作，从而提高了生产能力。

通畅的信息加大促销声势

作为当今市场上唯一的全面集成的CRM解决方案，mySAP CRM管理复杂营销方案的周密程度是任何一个其它系统都无法相比的。通过这一解决方案，您的营销专业人员可以：

控制成本：从服务策划、促销到媒体宣传，跟踪营销预算中的变量成本。

验证支出：通过具体分析促销活动的效果，验证举办活动的价值。

监控市场和竞争对手：结合 ACNielsen 和 Dun&Bradstreet 等第三方主流供应商提供的最新数据，提高市场智能化管理。

策划成功的行动：利用先进的预测和模拟工具，结合销售点最新数据策划滚动营销。

协调促销活动：消除信息盲区，与设计、生产和客户服务等其它关键部门协调促销活动。同时，重要信息与外部业务伙伴共享，使每一个人都朝着共同的目标前进。

管理客户生命周期：建立每一位客户的档案，并管理彼此保持关系中的每一阶段 -- 从初次接触到销售、履约、服务，直至后续销售。

移动办公：无论走到何处，都可以通过上网笔记本电脑、个人数字辅助设备或移动电话随时访问有关营销的关键数据。

营销发动机

在新经济时代，您的销售必须具备相当规模，但同时也要迎合每位客户个性化的需求。这一挑战需要掌握详细的信息，并能与企业内部其它部门密切协调。

现在，这一切已经成为可能。mySAP CRM 不仅为您提供准确的信息，还可通过系统配置的工具将这种信息转化为精辟的洞察分析，策划目标准确的营销活动。

销售解决方案——为世界一流的销售团队提供世界一流的支持

失去配额、预测不准、销售势头不旺、产品损耗、营收和利润下降。事实上,当销售局面发生尴尬时,企业也陷于窘境。这也正是为何 mySAP™ 客户关系管理解决方案 (mySAP CRM) 能受到如此众多大小企业青睐的缘故。这个综合解决方案是为



您的销售经理、现场销售代表、企业内部销售人员发挥世界一流销售潜力而提供的世界一流管理工具。本解决方案可与生产、库存、营销、服务、财务、商业智能等企业其它系统全面集成。因此, mySAP CRM 可帮助您的组织通力协作,推动销售和利润迈上新台阶。因此, mySAP CRM 使得销售机构可以精确计划和预测销售活动,迅速分析销售机会,有效管理任务,以交叉销售和向上销售机会为目标,促进团队销售环境中的协作。

mySAP CRM 与众不同的销售

mySAP CRM 为销售过程的每一环节提供有力支持,包括:

销售计划和预测: 提供所有计划和预测信息的即时图形分析和报表。这些关键特性描绘了一段时间预测收入和产品数量的完整的图画,确保计划和预测的正确。

地域管理: 使您可以结构化和组织您的市场,方法是根据选择标准(例如大小、距离、产品、访问次数)将它分为多个地域。

帐户和联系管理: 使公司可以提供有关客户和潜在客户的 360 度视图,按时间组织日程,跟踪所有客户联系。有助于捕获、监视和跟踪所有关键信息,例如参数文件、完整的交互信息和关键关系的概览。

活动管理: 使销售代表和经理可以分配所有任务和业务活动的资源,以便于销售人员可以有有效的监视和管理工作。

机会管理: 从始至终跟踪每个销售项目的进程,对销售人员给出销售机会的 360 度视图,通过提供完全可视的机会历史记录、关键时间、进度,识别关键决策人及他们的要求,预测销售量和结束日期。

报价和订单管理: 管理所有销售文档,包括询价、报价、订单、合同。以流程驱动、需求优化的方式,与后台交易系统集成处理

订单。控制产品和定价趋势,计算税费、监控获利空间。

合同管理: 使用户可以轻松自动开发、验证、修订并提交针对每个客户的合同。与销售分析集成可以提供有关合同完成、最畅销产品、实现率和注销原因的分析报告。

租赁和资产管理: 为出租非固定资产的公司提供完整的端到端解决方案。它支持财务合同整个过程的所有步骤,从租赁或贷款的财务机会,到租赁期中的合同更改,及对应的租赁期末的不同处理方式。

激励和佣金管理: 可以对组织的生成结构和复杂激励计划进行建模,大大提高强劲的计算引擎的灵活性。给销售人员提供即时可视化的后备销售机会所带来可能的收入和当前业绩的价值。公司主管可以更精确估算销售成本。

电话销售: 在呼入和呼出两方面,加大有效电话销售方式的力度。集成后台系统信息,使电话销售人员可以为每个客户提供准确的个性化信息。

现场销售: 随时随地为现场销售人员提供关键客户和前景信息。现场销售队伍可以通过移动或无线设备管理日程、生成活动报告、创建报价、输入订单。

电子销售: 为在线销售周期的每一阶段实施综合解决方案,包括一对一销售、目录浏

mySAP CRM 使得销售机构可以精确计划和预测销售活动,迅速分析销售机会,有效管理任务,以交叉销售和向上销售机会为目标,促进团队销售环境中的协作。

览、搜索、订单部署、付款、合同履行和客户支持。

互联网报价和配置: 客户和销售代表可以很方便地上网或脱机比较配置、价格和产品。

销售分析: 通过先进的销售分析工具测评并管理销售工作, 包括每一个客户的获利能力。是对过去及现在的销售成绩的完整的视图, 帮助对销售组织的管理以及决策的制定。

为用户定制企业门户

员工可以通过基于职务的mySAP企业门户进行访问。门户为每位销售部门的人员准确地提供所需资源, 他们可以通过这个基于职务的门户查看全球信息。这意味着, 从销售经理到电话销售代表, 每个专业人员都可以高效率地工作, 提高整体生产能力。

控制流程, 掌握销售

作为目前市场上唯一全面集成的解决方案, mySAP CRM 对销售方案的细节控制能力是任何其它系统都无法相比的。通过这一系统, 专业销售人员可以:

提高生产能力: 销售人员无需参与行政管理, 能更有效地管理自己的时间, 因此可以有更多精力关注客户。

提高技能和士气: 减少具体管理工作后, 销售管理人员有更多的时间投入宏观管理, 以及指导和鼓动性的活动。

增加交叉销售: 使销售人员具备向每位客户展开交叉销售和向上销售的能力。

提高信誉: 销售人员可以根据精确到分钟的信息确认产品供货能力及交付日期。

增加营业收入: 充分利用当前销售数据, 最大程度地提高每个项目和每个销售地区的营业收入。然后, 利用数据提高项目的市场占有率和客户保有率。

同步数据: 协调企业内部与销售相关的部门的信息(营销、生产、储运和服务), 极大地提高工作效率, 改善客户的满意度。

控制成本: 跟踪并控制销售费用中大量变量成本。

更准确的预测: 当前销售点数据与先进的预测和模拟工具相结合, 做出准确的滚动销售预测。

管理客户生命周期: 建立每一位客户的档案, 并管理彼此关系中的每一阶段——从初次接触到销售、履约、服务和后续销售。

移动办公: 无论走到何处, 销售人员都可以通过上网笔记本电脑、个人数字辅助设备或移动电话随时访问有关销售的关键信息。

建立更加巩固的客户关系, 每次一位客户

即使在新经济环境下, 仍然没有其它方式可以取代有效的一对一销售。因此, 您的销售队伍应得到一流的技术支持: mySAP CRM。

能立即与您所有企业信息资源集成的只有mySAP CRM系统, 且是唯一得到市场领导者SAP丰富经验和成熟技术支持的系统。



服务解决方案——化服务为强大的竞争优势

竞争加剧,客户期望值提高,加之需要具备更高的获利能力,使得优质服务在今天已不再显得无足轻重,而是企业获得竞争优势的致胜法宝。基于上述情况,全球众多成功的企业已采用mySAP™客户关系管理解决方案(mySAP CRM),提供优质的个性化服务。这是一种能使整个组织的工作聚焦于客户的综合解决方案。从多渠道通信,已建安装点管理,直至现场服务,解决方案可为每一领域提供最佳业务实践支持。mySAP CRM帮助您为所有客户提供最优质的服务,保证客户关系长期良性地发展,并使双方从中受益。

提高服务工作能力创造高效益

您的服务专业人员在努力提供最优质的服务,因此,应为他们配备所需的先进工具。mySAP CRM服务功能支持服务机构中服务订单处理的所有方面,从回复客户的最初询价,创建报价和处理报价,创建服务订单和分配到最合适的服务代表,到对服务代表已执行工作进行确认并向客户开票。具体功能包括:

服务计划和预测: 提供建立服务计划的能力,通过预防性的维护保证产品的性能优良,并创造服务业务的稳定收入流。这些计划服务的预测确保在为客户服务过程中正确分配和利用有限的服务资源。

客户服务和支持: 使得客户服务中心可以通过高效率的服务计划和服务执行,管理和履行对合作伙伴和客户的承诺。客户服务和支持(CSS)解决方案管理整个服务流程,从创建、更新服务请求和投诉,到安排有资质的服务人员的到场维修。

资源规划及优化: 是一个开放的解决方案,用来协助合格的现场服务代表顺利有效地处理有关外部服务的客户请求。客户最初与服务机构进行联系时,能够从可预约的时间列表中选择合适的约定时间。

服务管理: 使客户服务代表和现场服务人员能够执行下列功能: 为产品和服务下订单,并检查产品和服务的可用性及定价;应用包含所有定价和成本信息的单个定价配置器;为服务进行报价和出具发票;快速并轻松地确定一个特定零件是否存在及它所在的位置,并且相应地给客户出具发票。

专业服务: 支持服务总监、项目经理与资源管理员对咨询项目进行计划、评估、项目组织及安排人力。搜索具备必要的资格、可用性及组织分配的合适的人力资源。

客户关怀和服务台: 一线支持人员可以访问所需的大量一致性的信息,快速有效地解决客户提出的问题,无论客户通过交互中心、互联网,还是面对面联系。

合同管理: 处理客户安装和合同中的记录和细节问题,包括服务级别协议、质保程序和质量监控。可以满足产品质量改善部门的监控改进质量的需求。

安装点管理: 产品配置的全面的视图;设备、机械、产品等的分级组件结构;组件层次结构由多种可能的组件类型构成,包括有产



品、单个对象、安装点、文本条目或客户特定的组件类型;在销售与服务过程中的参考对象。

企业智能: 利用在集成解决方案数据库环境下运行的先进的搜索运算和智能代理,以指导和互动的方式解决服务中出现的问题。它综合运用于客服体系的各模块中,从而极大增强对售后信息、备件库业务流、网点结算、培训等各项业务的支持。

现场服务与调度: 最大程度地提高现场服务人员的工作效率,提高客户的满意度,减少服务呼叫次数。更有效地管理整个服务过程,包括预测和日程安排、库存量、返工、合同、资源分配、质量统计等方面的管理。用实时无缝的通信方式提供重点客户的资料和诊断信息。

全球众多成功的企业已采用mySAP客户关系管理解决方案(mySAP CRM),提供优质的个性化服务。这是一种能使整个组织的工作聚焦于客户的综合解决方案。



修复与退货: 包含了从最初客户呼叫到最终出发票的过程中的物料退回授权和对回厂修复服务的进程管理。快速得到部件可用信息和部件运输信息是后勤服务的主要特点。

移动服务: 支持使用通用移动设备的现场服务人员。便携式服务: 可使用高效率轻型无线设备。

电子服务: 客户、潜在客户和业务伙伴可以通过互联网访问专用信息(如产品目录)和自助式服务功能(如订单录入、解决方案数据库、常见问题解答和请求跟踪等)。

服务分析: 通过测评获利能力、响应能力、满意度、产品可靠性和成本,不断提高服务质量。现场及组织内部能极为精确地实时跟踪工时、开支和部件损耗,还可迅速确定哪些费用属于合同项下的,哪些是应计费的。可以满足网点监控、备件库管理等功能,控制成本。

为每个用户定制的企业门户

通过 mySAP™ 企业门户可以访问 mySAP CRM。所有服务人员通过基于职务定制的企业门户可以查看有关信息,门户连接有他们所需的准确资源。这样,每一位服务人员,从服务部经理到客户服务代表,都可以高效率地工作,从而提高生产力。

最大程度地取得投资回报

mySAP CRM 是一种可获得丰厚效益的投资:

提高客户满意度: 为每位客户在每一阶段提供世界一流的服务。快速准确的答案,即时高效的服务使客户对您的团队充分依赖。

提高客户忠诚度: 客户至上并始终将客户的需求放在第一位,与他们建立客户生命周期内持久的密切关系。

增加营业收入: 利用详细的客户档案、匹配良好的产品和服务信息提高团队的交叉销售和向上销售能力。

降低成本: 现场服务人员可以一次性解决问题,减少不必要的差旅和客户再次呼叫。

丰富的客户知识: 建立客户知识数据库,以提高获利能力、提供洞察依据、挖掘新的机遇。

无限的移动能力: 无论走到何处,现场服务代表都可以通过笔记本电脑、个人数字辅助设备或移动电话随时访问有关服务的关键数据。

客户至上企业不败

当产品和价格几乎谁也没有优势可言,竞争对手只能瓦解您的客户时,服务便成为构筑牢固客户关系的关键,这是一种更高层次的客户关系。成本效益俱佳的 mySAP CRM 系统,无疑将能为客户提供世界一流的呵护。没有哪个解决方案能为您的客户支持团队提供如此丰富的特性和功能。也没有哪个解决方案能与您企业其它信息资源如此轻松地集成。

分析解决方案——无与伦比的智能分析

不可预知的客户、较低的客户保持率、无效的营销计划、不断增长的成本、衰退的利润。如果您不知道为什么在过去的一年中您的营销、销售及服务组织不能改变现状的原因之所在，您也就很难在今后的几年里会有所改善。

现在，正是您运用 mySAP CRM 解决方案的时刻。运用强大的客户关系管理分析功能，mySAP CRM 解决方案提供一个清晰的窗口以展现您营销、销售和服务运作中的每个方面，让您能清楚地了解他们目前正在进行哪些业务、实行哪些策略，以及为什么要这样做。

获得有价值的见解——贯彻到实际的行动中

SAP CRM 通过全方位、协同的分析功能完美地解决各种业务挑战。提供全面针对客户、产品、营销、销售、服务、交互渠道的分析应用，协助您评估、预测、计划和优化客户关系。包括：

客户分析：提供可分析客户行为和保持率的功能以提高对未来计划和预测的准确性。运用有价值的分析来建立每个客户和客户群的收益率和生命周期价值。能够为公司提供其客户的综合信息，让公司能够了解到客户的真实价值，并深入了解客户的行为。



SAP 分析型 CRM ——通过企业门户进行的客户生命周期价值分析

mySAP CRM 的客户生命周期价值分析可以帮助经理们用分析软件计算在一个生命周期内典型客户创造的利益以及在下一个生命周期阶段他们的保持率。

产品分析：用来识别客户喜欢的产品和产品的属性。在当今市场上，为客户提供正确的产品非常重要，了解何种产品是盈利产品也同样重要。公司甚至还可以通过“产品分析”来了解通过捆绑销售能够提高销售额的产品。

营销分析：基于最新准确的数据信息来拓展新的业务市场。针对更多的目标群体开展准确的客户分类策略。基于最准确的数据编制您的营销计划和激励活动，并优化成本支出的各个方面。发现利于交叉销售的机遇，为客户提供其最匹配的产品和服务。

销售分析：计划更有效、利润更高的销售活动。使得您可以便捷的了解财务状况和销售机构的总体效率。它有助于获取一些必要数据以分析趋势、衡量客户忠诚度和收入不足情况，并预测将来的机会。



通过营销经理的企业门户看到的 SAP 分析型 CRM 促销活动分析

服务分析：使得服务机构可以协调运营、计划和预测情报，以便于优化服务。服务经理可以有效使用企业资源，确保资源（人力资源、技术、产品和服务）可以获取最佳投资回报。评估您服务绩效的各个方面，从合时直至质量、成本和收益率。

渠道分析：收集来自优化资源所必须了解各种渠道的绩效数据。运用分析功能来标识客户行为特性并分析您的业绩。提高客户交互中心的效率，并透过所有渠道分析其所创造的利润。

现在，正是您运用 mySAP CRM 解决方案的时刻。运用强大的客户关系管理分析功能，mySAP CRM 解决方案提供一个清晰的窗口以展现您营销、销售和服务运作中的每个方面，让您能清楚地了解他们目前正在进行哪些业务、实行哪些策略，为什么要这样做。

以客户为核心的业务管理: 运用 CRM 分析功能及 Kaplan 和 Norton 平衡积分卡, 将对客户的洞察运用到现实的业务之中。针对每个操作团体, 建立一个整体计划以管理所有业务流程。了解和感受以客户为核心的理念, 将其策略贯彻运用于您整个企业之中。并通过关键绩效指标监控任何计划的流程, 逐步提高企业效率。

开放性的分析平台: 受益于您整个企业中与客户相关的数据基础。利用分析引擎的所有类型, 例如数据挖掘。集成第三方数据和工具以提供特定计划和分析信息。运用先进的拓展功能以获得外部有价值的信息。通过全面的附加工具, 与运作化的 CRM 解决方案进行同步数据分析, 并将分析结果公布和传递给营销、销售和服务人员。

分析 CRM 数据挖掘工具提供各类分析引擎

关联分析: 可应用于交叉销售和目前网站的网络点击分析。在商业过程中找出一个特别的模式, 阐明相配的规则。并立即将确定的关联规则展示出来。

决策树分析: 可应用于客户保持和处理预测。这些规则是以层次图形展示的。

聚类分析: 可应用于客户分割模块。

计分 (衰退分析): 可应用于客户计分、信用计分等。

ABC 分析: 是用来在其收益数据的基础上将客户分为客户 A、客户 B、客户 C 的。这个分类可作为您分配市场、销售和客户服务资源的基础。

为每个用户提供一个客户化的门户

通过 mySAP 企业门户发布的 mySAP CRM 解决方案允许您企业的每个成员访问、协作和分析来自任何数据资源库的相关信息, 使得每个专业人员都能有效地工作。

最好的分析功能意味着获得最佳的业绩

作为当今市场唯一一个能全面集成的客户关系管理解决方案, mySAP CRM 提供的信息可支持更有利的市场决策。运用 mySAP CRM 解决方案, 您的企业能:

控制成本: 更有效地运用资源, 正确定位产品、客户和市场。通过快速实施、平滑集成、简易维护、开放式技术标准及无限可测量性等方式和功能, 有效控制技术成本, 使其最小化。

提高利润和收益: 透过更好地对潜在客户群

的评估和对客户需求的理解, 改善销售计划。增加交叉销售和向上销售, 以获得更高的收益率和市场占有率。

提高绩效: 基于当前准确的信息计划您的营销策略。针对每个业务流程提供特殊功能, 并针对其策略评估其执行计划。

创建您的竞争优势: 透过高品质的服务和高明的管理方式, 以吸引更多的客户并保持其长期的忠诚度。

发掘您的知识基数: 通过与 mySAP 商业智能无缝的集成以获得最新的分析信息, 并灵活运用相应的营销策略。

协同您的合作伙伴: 运用在线协同工具, 实现与客户、供应商、咨询顾问和其它合作伙伴进行紧密的工作。

可移动性: 运用笔记本电脑、个人数字辅助设备或移动电话, 使您可随时随地对关键分析数据进行追踪。

如何评估您的客户策略

成功的客户关系管理的关键所在是重复事件和对引发有价值的客户关系的实践。运用适当的分析工具来鉴定这些事件和实践的本质。

通过 mySAP CRM 分析功能, 您能准确分析客户行为中的许多可变因素并评估其每个阶段, 便于您重复和设定成功的策略, 摒弃失败的那些。与此同时, 通过 mySAP CRM 的执行支持功能, 您能将您的策略运用于实际之中并计算其价值底线。



mySAP CRM 渠道管理——渠道优化，利润源泉

来自 Gartner 的报告指出，到 2010 年全球 2000 家企业中 65% 的收入将来源于渠道合作伙伴或受其影响，其重要性不言而喻。



渠道管理面临业务挑战

- 如何通过渠道提高企业的利润？
- 如何更有效的控制和管理企业的间接渠道？
- 如何才能确保合作伙伴有效地销售产品？
- 如何了解渠道和合作伙伴投资的 ROI？
- 如何才能确保将高品质、一致的服务提供给终端用户？
- 如何才能减少渠道支持费用？
- 如何才能综合利用直销和间接渠道优化业务？

SAP在推出渠道管理时，已将这些充分考虑在内。mySAP CRM 渠道管理将 SAP 的核心功能：电子商务、传统客户关系管理 (CRM) 和供应商关系管理 (PRM) 很好的协同起来，形成一个完整的渠道解决方案。

来自 Gartner 的报告指出，到 2010 年全球 2000 家企业中 65% 的收入将来源于渠道合作伙伴或受其影响，其重要性不言而喻。

为企业提供一个集成化门户来管理合作伙伴关系，使渠道伙伴更有效地销售产品，从而为公司产生更多来自间接渠道的利润。它的关键部件有：

- 渠道管理门户
- 合作伙伴管理 & 分析
- 渠道市场
- 渠道销售
- 渠道服务
- 渠道商务



渠道管理门户

通过基于角色的合作伙伴门户和渠道经理门户，提供个性化、动态支持的协同工具，采用目录管理、瘦客户端零安装等方式，能够安全统一地监控、分析、协同优化渠道销售、服务和市场绩效。并提供合作伙伴自助服务、商务处理分析等功能。

合作伙伴门户：

合作伙伴门户能让渠道伙伴更有效地进行销售，并与最终客户进行联系。通过这个伙伴门户，品牌拥有者能提供给合作伙伴自

助服务功能以及相关信息和内容、方便地商务处理以及强有力地分析功能。

渠道经理门户：

渠道经理门户能促使公司有效管理合作伙伴关系、协同渠道伙伴和优化渠道运营。通过渠道管理门户，您能够监控和分析渠道销售、服务以及市场绩效。

合作伙伴管理 & 分析

贯穿合作伙伴生命周期来管理渠道伙伴关系。清楚合作伙伴是谁，他们在销售什么，在何处销售和向谁销售。计划和分析渠道业务以及为合作伙伴销售产品和补足服务做准备。主要包含的功能有：

- 合作伙伴简介
- 合作伙伴注册
- 合作伙伴计划
- 合作伙伴监控
- 合作伙伴细分
- 合作伙伴认证
- 合作伙伴培训
- 合作伙伴 & 渠道分析

利益所在：

- 可以直观感受客户合作伙伴、功能以及渠道范围
- 有效一致地招募、预备和管理合作伙伴
- 减少渠道管理的时间和成本
- 通过全面的分析提高渠道智能

渠道市场

通过渠道合作伙伴促进产品需求，提供相关信息和一致的品牌给渠道合作伙伴；激励合作伙伴比您的竞争者销售更多的产品和服务；和合作伙伴一起开发市场产生需求。主要包含的功能有：

- 线索管理
- 产品目录
- 目录管理



担保品管理
销售 & 市场数据库
促销管理
合作伙伴定位

利益所在:

建立合作伙伴忠诚度,激励合作伙伴销售更多地产品
协作进行渠道营销活动
将资源匹配给最适合的合作伙伴
跨越所有渠道确保一致的品牌和公司标识

渠道销售

使您的合作伙伴更有效地销售更多产品,提供给合作伙伴如同您自己销售队伍一样的知识、工具和专业化建议。通过所有销售渠道更深入地洞察需求、更精确地预测未来的业务。主要包含的功能有:

帐户管理
任务 & 活动管理
机会管理
订购 & 报价管理 (买 & 卖)
帐单 & 付款
定价 & 合同
交互销售 & 配置
合作伙伴预测
销售点 (POS) 追踪
合作伙伴补偿

利益所在:

更深入地洞察渠道需求
贯穿所有销售渠道进行市场销售预测

提高客户响应能力、订单准确性和紧密度和您的渠道合作伙伴协作销售

渠道服务

合作伙伴通过传递服务和问题决议功能为客户提供一致、及时的服务,运用各项工具和专业技术提高客户服务水平。主要包含的功能有:

知识管理
请求管理
安装点管理
投诉 & 返还管理
动态合作伙伴支持

利益所在:

为合作伙伴提供工具和建议,使他们更好地应答最终客户的问题和请求。
使合作伙伴能为最终用户提供更高效地服务
更深入地了解安装点
为客户提供协同服务支持

渠道商务

在您的电子商务策略中将合作伙伴协同起来,并且通过提供渠道商务网络中心,跨越组织界限进行协作销售。最终用户能跨越整个需求网络进行访问订货。主要包含的功能有:

分销内容 & 目录管理
分销订单管理
虚拟陈列室

主合作伙伴站点
合作伙伴的主订单管理

利益所在:

将渠道合作伙伴融入至电子商务流程中为渠道合作伙伴提供电子商务平台,以便其对客户进行更好的销售
协作销售和集成销售,跨越渠道网络履行流程
通过网络向客户呈现一致的形象,并且确保一致的品牌和营销
与您的合作伙伴共同开发和维护与最终客户的关系,更深入地了解最终客户

mySAP CRM 渠道管理 为您企业带来的利益

和合作伙伴协同工作增加利润
通过使合作伙伴更好地营销、销售和服务最终用户,来提升客户的价值
减少渠道支持费用
跨越所有渠道优化商务过程
运用各种服务工具和专业技术,使您的合作伙伴更容易处理商务:
自助服务功能 & 工具
相关信息和内容
重要业务处理
有效的分析工具

mySAP CRM 交互中心——多渠道沟通的技术保障

客户交互中心(CIC)作为mySAP CRM(客户关系管理)的一个关键组件,为交互中心运作提供了完整的技术保障。它将一个功能齐全的前台系统与您的后台系统,以及整个以客户为中心的流程紧密集成在一起,且包括了所有的接触点:因特网、呼叫中心,电子邮件,短信(SMS),在线聊天,传真,邮件和面对面的个人联系。它还为您提供扩展性功能,以便与电子商务、供应链计划与执行、财务管理、人力资源、以及商业智能和战略性企业管理相连。无论是在营销、销售还是服务方面,它是确保各个交互中心业务间一致性的关键技术。

mySAP CRM所有的功能得益于共享有价值的信息。这些信息可以通过整个mySAP电子商务套件环境,以一致、智能的方式,进行读取、处理和复制传播。这一集成的方式可以确保接触点间的同步性,并能获取、浏览和使用所有重要的与客户相关的资料和数据。这为您提供一个与客户之间关系的全貌,并且使您能够以单一的面孔与每一客户接触。

客户交互中心的主要特征是:

电话处理:通过SAPphone CTI(Computer Telephony Integration-计算机电话集成)接口,集成电话技术,处理拨入和拨出电话。

电子邮件管理:处理传入和传出的电子邮件。

业务活动管理:追踪与客户之间的交互信息。

CIC的柔性设计支持个别坐席员和业务流程的个性化。与SAP其它构件的紧密集成使这些坐席员可以获取完整的客户信息和业务交易信息。

可定制的、全能的交互中心机构工作台

在mySAP CRM中,我们是通过一个企业门户进入CIC的。在那里,坐席员可以通过电脑屏幕进行所有的交易活动。CIC的功能部件和用户界面存在于一个框架结构中,而这一框架结构可以按照特别需求进行客户化。其导航区域向坐席员提供一个中央处理平台,来监控和处理所有与业务客户相关的信息,包括活动追踪和解决方案查询。而这些将由一个交互式智能代理工具加以优化。这一学习性的引擎将基于先前的交互记录,优化搜索过程,在工作区执行这些交易。此结构体系支持多种部件的组合,同时客户可自己开发构件来扩展功能。

SAP提供的一整套构件,使得CIC能够为处于集成化交互中心环境中的业务模式提供技术基础构架,例如:电话销售、电话营销、及服务交互中心等模式,CIC的一些关键部件是:

呼叫处理

SAPphone的控制系统允许直接通过坐席员的电脑屏幕来进行电话功能,诸如:电话转接、电话咨询或电话会议等。所有的通话记录都显示在通话状态部件中。呼叫的电话

号码(DNIS)以及被呼叫的队列描述也能一起被显示。

电子邮件管理

您可以通过电子邮件与客户进行沟通。这类交互作用包括客户从该公司的网页上发出的电子邮件请求。

联系搜索和显示

当没有进行来电号码自动识别时,该功能可以被用来确认来电者身份,也可以使用这个功能来增加新客户和联络人。

脚本

交互式 and 提示性脚本都能为坐席员所使用。提示脚本可以提醒坐席员,例如:在他每次应答来电时进行提示,而交互式脚本则会在整个通话过程中指导他。这一过程可以灵活地用一个图形脚本建模工具来设计。

活动管理

活动管理部件允许您运用分类字段、自由文字、相关客户信息等,来完整地记录一个交互过程。它为所有的客户交互提供了一个充分全面的描述,并涵盖了所有接触点。

Action Box

一个存储和激发后续活动或操作的容器,用标签来组织,并可以基于坐席员的工作需求进行个性化。Action Box可以被设置用来执行任何一项功能,或是任何一个事

mySAP CRM所有的功能得益于共享有价值的信息。这些信息可以通过整个mySAP电子商务套件环境,以一致、智能的方式,进行读取、处理和复制传播。这一集成的方式可以确保接触点间的同步性,并能获取、浏览和使用所有重要的与客户相关的资料和数据。

务调用，或是任何一个与 CIC 集成的前台办公应用软件。它使用核实过的业务数据来预填信息，例如：在一个订单中。

业务数据显示

坐席员处理电话呼叫时，存取或创建业务对象的剪贴板。当呼叫被转出后，其信息对于别的代理仍然是可见的。

利益所在：

将交互处理与用于营销、销售和服务的一组实时数据相链接，从而提高了交互中心的效率。

直观的用户界面、可以根据不同用户团体的特殊需求进行裁剪，使得坐席员的培训需求得以降低。

通过更高的工作满意度，降低坐席员的流失率。

在您和您客户的世界之间，使用CIC作为信息集成平台，以统一的感观效果面对客户。

用具有可定制的基础构架来定义特殊业务需求的能力。

呼叫管理的先进的 CTI 接口

SAPphone，是SAP的基础部件，形成了在系统应用程序和CTI中间件产品/电话系统部件之间的中央网关。在CIC中，所有代理的屏幕由SAPphone控制，和所有坐席员的

工作模式、状态都通过这个接口进行传递。

当登录进一个队列和改变坐席员的工作模式时，例如：注册回答呼叫功能时，坐席员将得到众多功能的帮助。

前端广阔的管理工具

交互中心层次设置允许对交互中心的所有组织层次进行设置。可以针对个别的坐席员或整个交互中心进行设置。较低层的组织将承袭较高层的属性，除非为他们对CIC档案信息进行特别地定义。这一方法在降低交互中心设置复杂性的同时保持了其灵活性。

报表选项支持对CIC的各种特性进行审计和评估。包括组织机构和坐席员的时间报告、呼叫量、以及代理活动等。

应用CIC支持一系列CRM业务模式

CIC技术对于mySAP CRM（客户关系管理）来说，是一个关键的基础结构部件。支持各种以客户为中心的业务模式：

电话营销

电话营销在呼出通话和动态脚本功能基础上可以支持广播营销。并能利用联系列表管理功能，实施促销活动。与电话销售无缝集成，电话营销工具可以策划更加有效的营销活动，充分利用交互脚本和联系管理功能的优势。联系和数据捕捉可以为客户代表提供指导，并能将客户的电话联系转

化为实际的购买行动。这样一来，您的呼叫中心可以成为一条更加有效，低成本、高效益的营销渠道。

电话销售

具备了电话销售业务模式，交互中心就可以升级到新一代销售渠道。该解决方案是以询价和订单管理、一个代理工作台、以及交互式脚本为基础。产品建议和交叉销售选项更增加了销售的有效性，特别是客户信息收集和处理策略在若干CRM业务模式间进行权衡时。智能化的产品配置、定价和可用性检查保证单个客户的要求得以满足。电话销售为交互中心提供了高效的销售流程，集成了各类交互，包括机遇、报价、准备期管理、销售订单管理和动态脚本。还可以混合业务流程，以获得服务和营销中可能的销售机遇。从而显著地降低了销售成本。

服务交互中心

在服务环境下，mySAP CRM 交互中心可以对服务循环中的各个方面进行处理。支持的环境包括，服务中心、帮助台、技术服务人员调度和投诉处理。典型环境下，可以用交互智能代理和解决方案数据库，读入问题或搜索客户问题的解决方案。如果问题不容易解决，客户代表可以创建服务订单，派遣技术服务人员。然后，技术服务人员可以应答何时完成作业，确认所需时间，以及服务订单可能添加的物料。客户代表可以随时查看客户历史（如现有的服务订单），检查有安装点。从而实现以较低成本完成较高水平的服务。



mySAP CRM 电子商务——将互联网变为销售和交互的盈利渠道

SAP专门针对渠道整合和协同,将网络变为销售和交互的盈利渠道。能支持业务到业务(B2B)、业务到市场(B2M)、业务到客户(B2C)的商务关系;个性化的客户购买体验;提供方便的,容易使用的交互销售和自助服务;能够进行端到端、订单到现金的流程处理;将合作伙伴融合到电子贸易战略中;显著减少营销、销售和客户服务成本。SAP电子商务解决方案包含了客户生命交互周期的各个阶段,跨越营销、销售、服务和分析各领域的功能。

这种基于SAP互联网组件的综合功能,为您拓展电子商务市场并取得成功提供了一切必要条件。

这些优势使mySAP CRM成为建立战略互联网业务渠道的理想手段。这种渠道可与其它客户联系点集成,溶入您的整体技术环境。

无论销售对象是企业,还是普通消费者;采用直接销售、还是间接推销方式,mySAP

CRM电子商务都可以在一个解决方案下,为您提供所需的灵活性和有力支持。

业务-业务(B2B):向业务伙伴和分销商进行销售,在网络环境下传送商务合同和价格协议。可为同时服务于一家客户的多个买方用户提供支持,并且允许即订购货物有多个接收人。与您客户的B2B采购解决方案可以轻松整合,执行快速订单录入和自动计费功能。

业务-市场(B2M):加入在线业务交换,冲破协同商务界限;与全球客户、供应商和业务伙伴沟通;使用内置功能提供营销活动、定价、供货能力和配置内容;配送采购订单、确认、发货通知、开发票,完成全部后台处理工作。

业务-客户(B2C):建立独具特色的互动式虚拟仓库,配以丰富的目录和先进的多媒体内容。收集有关客户偏好的精辟分析,再将其转化为一对一有攻势的营销计划。

mySAP CRM电子商务为您建立强大、成功的Web形象提供了一切必要功能,包括:

功能强大的目录和内容管理:产品目录可繁可简,并具有快速搜索、检索和多媒体功能。多版本产品目录可发布到特定市场或特定的语言地区。

突出个性化:根据每个客户的情况、偏好和采购历史提供个性化内容,真正实现一对一营销。例如,提供特定客户目录视图和价格、个性化产品建议、畅销品列表和交叉销售/向上销售建议。

完整的订单配置环境:客户具有相当的灵活性,可快速方便地设计所需产品。利用智能工具迅速计算价格并自动拒绝不相容的配置。

准确交付,承诺检查:与mySAP SCM(供应链管理)或mySAP ERP(企业资源计划)全面集成后,可精确、实时地确认供货能力和发货日期。在生产能力、当前库存量,以

无论销售对象是企业,还是普通消费者;采用直接销售、还是间接推销方式,mySAP CRM电子商务都可以在一个解决方案下,为您提供所需的灵活性和有力支持。



及提货和发运时间的基础上做出交付承诺。

在线订单状态和订单跟踪: 客户可以随时在线查看报价、订单、发票和订单状态。利用超链接连接到承运人跟踪系统后, 可供客户监控发运过程。

电子拍卖: 主办过剩物资、积压库存和过季产品在线拍卖, 提高营业收入。创建、编辑和监控拍卖时机并发放标书。

与客户互动中心集成: 客户利用一个“回呼”按钮, 可在网上商店内随时与呼叫中心代理联系。同时, 系统设置在线聊天、同步浏览或通过 IP 传输语音等选项。

智能 Web 分析: 评估您的网上商店, 使其满足客户的要求。这类功能在以前是无法实现的。通过对客户当前购买活动与过去

联络的比较, 全面了解客户的行为。将客户会话内容与 SAP 业务信息仓库中的数据相结合, mySAP CRM 及其它解决方案可以生成客户保有量报告、变化报告、现场量化及销售分析等信息。

电子服务: 帮助交互中心拓展企业信息给客户, 使客户能够检查订单和服务状态, 研究和解决自己相关产品的问题。新平台提供客户直接渠道进行自身服务项目, 比如请求服务拜访, 进行投诉, 注册产品, 以及更新自己账户状况。电子服务模块包括: 备件目录, 知识管理, 请求管理, 在线客户支持, 账户自助服务, 安装点管理, 返还管理和其它功能。

电子营销: 支持通过互联网产生需求和客户忠诚度管理。配以丰富的个性化、多媒体在线内容给客户个性化的互联网体验。从

而使企业通过网络销售渠道产生更丰厚的利润。

电子分析: 帮助企业捕捉客户行为信息来确定客户是如何使用网上商店。集成这些信息的标准销售报表提供了客户购物模式的完整视图, 甚至那些没有实际产生销售的客户。

mySAP CRM 移动解决方案——为现场业务设计的解决方案

mySAP CRM 支持各种各样的现场业务模式,包括营销、销售和服务等。拥有移动解决方案,您的现场业务人员将得到必要的工具,可以根据您客户的需求变化提供更快、更灵活的服务。无论是在他们的办公桌前还是现场与顾客在一起,您的现场业务人员都可以获得关于产品、价格、配置等最新信息,甚至还有客户档案和订单记录等。mySAP CRM 为现场业务人员提供所需的成套工具,让他们可全面了解客户、现有的及历史订单、客户安装点、合同,以及其它相关的信息。

您的业务流程的每一层次都将得益于移动解决方案

以它们全面的功能和与 mySAP ERP (企业资源计划)系统无缝的集成,客户关系管理中的业务模式可以满足各项要求,以支持您内部和外部业务人员的工作。移动解决方案是一功能强大的、讲究合作精神的工具,它包括:

业务合作伙伴管理

一线的业务代表和经理可以既快又容易地电话索取所有用于有效客户关系管理的相关信息,可以在任何时候,通过他们的便携式电脑,对客户、潜在客户、分销商、竞争对手和合作伙伴的一般性和特殊性信息进行读取和维护。各个部件间无缝的集成保证了数据在整个业务流程中的一致性。

联系人

一个让您可以储存公司内部、外部、以及私人联系人信息的电子地址簿。可以对每一个联系人的详细信息进行说明,诸如:总体情况、属性及其它可定义特征等。另外,这个部件还启动联系管理,以便现场工作队伍的每个成员可以与其他人一起共享相关信息。

活动管理和日历

这一部件简化了多层次的业务流程中的所

有活动计划,这些流程包括:约会、电话寻访、通讯、寻访客户、演讲和邮件往来。所有当前和以往活动的有关信息都会被收集起来,并且能在需要时被显示。

产品和服务

将所有与产品和服务相关的信息装入一个电子表格。使用者可迅速、便捷地读取所有最新的产品和服务(包括竞争者的)信息。为了支持在外的现场产品演讲,各种各样的多媒体材料可以被纳入对产品和服务的说明。

机会管理

成功的销售项目管理需要所有与客户相关的,以及与项目相关的综合信息,从第一次客户接触到项目结束。除了输入、编辑、传送正确的信息给恰当的吸收者之外,这一模块还允许您对销售周期中的每个步骤进行等级划分(潜在性、下单可能性、全面可能性...),并且对活动设定优先级。

询价

询价部件集成了所有询价所必需的数据,以确保其保持一致性和完整性。另外,还可以对询价进行客户化设置,以满足您特殊需求。

订单管理

订单管理部件将从第一次客户接触到最近一次订单之间的所有数据收集在一起。使您无论是在公司的办公桌前,还是在现场运用您的便携式电脑,都可以通过询价单、合同、订单、可用性状况表、未处理的采购订单、以及销售历史状况表获取数据。如果离线输入订单,例如是在客户现场输入,可随后提交给mySAP ERP(企业资源计划)系统进行进一步处理。这样,您的销售职员总能获得最新的订单相关信息。

价格的决定

通过这一部件,您的每一位销售人员都可以在起草询价单或和客户进行价格谈判时,提

供精确的离线定价信息。销售定价引擎(SPE)通过内置的价格和条件模型,直接在销售点上向您的销售人员提供强大的定价功能。

产品设置

销售配置引擎(SCE)同时为单一层次和多层次产品设置提供了齐全而又易用的设置功能。SCE部件使您在您的便携式电脑上获得变量配置器的功能,而又无需连接到系统。不需要维护主数据,也无相互依赖性。这样,您就能一次建模,便可随处配置了。

我的信息中心(营销百科全书)

营销百科全书为广泛的内部及外部的公司数据,提供了一个中央知识库,允许利用“推”的技术和/或订阅机制来获取各种各样的目录和信息。这允许多用户存取各类有价值的信息。它会在恰当的时间将正确信息传递给恰当的人员。

推广和市场活动

在市场活动、产品发布和产品活动中,向营销队伍提供支持。这些有价值的信息使营销代表在联系客户和潜在客户时,可以有效运用营销策略。另外,它使得营销人员可以对某一市场活动的效果进行追踪和评估。

这一部件支持整个计划周期:从预算、成本分配、目标客户选择、及营销邮件的产生,到将推广宣传资料分发给营销队伍。它也支持产生潜在客户销售和营销活动。

客户协议

客户协议收纳了所有类型的,与客户、其它业务合作伙伴或竞争对手签订的法律性或商务性协议。这个部件是提供客户间相互关系管理相关信息的重要来源。

创建并调度服务订单

现场服务人员可以通过CRM中间件服务器下载服务订单。您可以在主系统资源计划

工具与其移动服务应用之间交换数据，如派出、缺勤、值班和服务活动等，很方便地制定计划。利用 mySAP CRM 中配置的资源计划器可以针对服务人员和服务要求，制定活动计划，将服务工作调度给恰当的人选。服务人员通过移动解决方案，可以查看服务委派日历表；在 Microsoft Outlook 或 Lotus Notes 中，浏览当日、每周、每月的活动，如任务、预约等。他们可以根据自己的偏好灵活地重新整理数据。使用强大的搜索功能，服务人员可以识别特定的服务订单，甚至可以根据优先标准进行更有效的处理服务订单。根据自己的工作日程，服务人员可以接受或拒绝调遣。这种信息与资源计划员是沟通的，便于他们掌握服务人员的供给能力。

服务订单细节

服务订单中含重要的服务过程处理信息。通过 mySAP CRM 系统，现场服务工程师不仅可以随时访问这类数据，还可以挖掘支持信息。mySAP CRM 为服务技术员提供下列信息：

基本订单信息，如订单优先级、订单执行日期时间、影响因素、问题说明、客户和联络信息。

待执行的服务项目列表

计划物料分配

现场服务订单创建

服务订单附件

服务人员可以访问参考对象列表（涉及多个服务对象的情况下），附于服务订单的独创的多功能报告。同时，利用订单明细屏幕或导航工具栏中恰当的超链接，还可以访问其它补充信息（如详细的客户安装点信息、客户联系、服务进展等方面的有关信息）。这些信息清晰地描绘出一个具体的服务订单需执行的各种活动。

履行订单

服务活动执行后，服务人员可对服务订单

进行必要的确认报告。服务人员可通过 mySAP CRM 移动服务功能创建：

时间确认：维修活动、差旅等方面花费的时间；

物料确认：服务订单计划内与计划外的物料消耗；

技术支持报告：详细的活动报告，包括服务项目、项目缺陷的原因、为解决问题而采取的措施；

文本确认：可以输入短文本加以确认。

报表和分析

报表和分析部件支持所有部件，在线和离线地创建和显示行业标准及客户化报表。

这一部件提供最新的报表功能，并且与业务信息仓库集成在一起。

mySAP CRM 具备全面集成能力。现场业务人员的活动可以自动触发系统后台处理程序。可以为客户打印预定格式的业务活动报告。

现场业务支持的优点

正像后台系统自动化使企业获得无数好处一样，现场业务流程自动化也可以为组织、每位现场工程师和客户带来许多利益，包括：

大幅度提高客户的满意度和保有量：配备 mySAP CRM 移动业务系统、掌握了后台系统信息的现场工作人员，可以更好地满足客户的需求。

提高生产能力：现场工程师可以通过 mySAP CRM 立即详细访问客户安装点的有关信息，提高完成客户服务呼叫的速度。因此，不仅提高了个人的生产能力，而且客户也会感到更加满意。

提高了现场工作人员的积极性：现场工作人员配备工具后，可以更好地执行工作，他们个人的满意度也会相应提高。

降低成本：现场工作的自动化降低了交易成本，与 CRM 和企业后台系统的集成避免了因工作延误给经济造成的损失，并且可以使组织更好地把握出现的机会。

迎合您特殊行业、公司和用户的需求

为了使实施成本最小化，移动解决方案部件涵盖了针对特殊行业需求的预设置行业模板。可以满足您公司的特殊要求。集成化、客户化的工具使您可以设置业务流程、工作流、和组织结构，可以容易地改变每个屏幕的内容和布局以满足您的需求。您可以决定多少信息在屏幕上出现、在哪儿出现。而且，您可以自由地通过自定义的超级链接来直接调用每幅屏幕。

移动解决方案部件的功能和图形化用户界面被设计来满足您一线业务人员的特殊需求

以用户友好的、浏览器为基础的界面简化了与应用程序间的交互，减少了培训需求，并且较易为您的职员所接受。直观化的导航通过互相链接的信息和功能使移动业务易学且易用。

无缝的集成确保数据的一致性

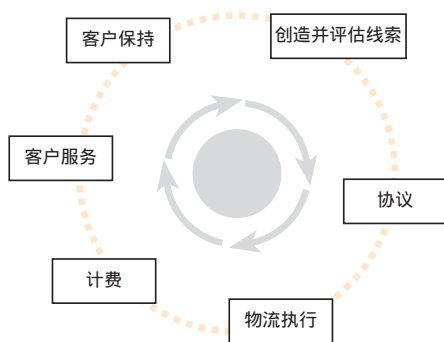
移动客户端、中央 CRM 系统和 mySAP ERP（企业资源计划）系统之间的通讯和数据交换是由 CRM 中间件来管理的。它基于数据复制，这意味着所有的相关数据将被储存在中间件服务器的不同的数据库内。同时，这个数据库服务器还充当便携式电脑上本地数据库的备份。CRM 中间件根据集中式定义的分布规则，将数据分分布到本地客户端和 mySAP ERP（企业资源计划）系统。

mySAP CRM 客户信息管理——业务运作的重要基础

有了统一的平台，客户数据以及相关业务的信息可以集中存放，是各个业务运作的重要基础。如果能够对客户的档案进行统一管理，不但节省了数据输入量，节省了时间，提高服务的质量，同时，客户采购的历史数据，通过销售信息系统的分析，可以作为市场计划的依据。

在CRM系统中，客户可以非常方便地定义用户的描述与属性。在提供强大管理功能的同时，系统还适应不同要求的客户信息查询功能，可提供相应的标准报表。如对客户主数据依据相关共性进行统计分析，以及根据信息结构进行相应的查询。

客户交互循环



建立一般业务合作伙伴数据

- 通过网络自行注册
- 用手持设备输入的业务卡信息
- 从第三方购买的数据

收集并输入更多的业务合作伙伴数据

- 批量调查结果作为市场属性
- 附件，如贸易格式的
- 维护关系，如联系人、负责雇员、持股人等
- 为销售、交付及计费流程添加销售领域相关数据

归档业务合作伙伴记录

如果业务合作伙伴不会再被卷入业务流程，则删除之

mySAP CRM 业务合作伙伴 (BP) 管理的具体内容

人、组织和组相关的数据

为业务合作伙伴维护不同类型的数据，取决于该业务合作伙伴是否是一个人、一个组织或一个组(例如，一个家庭或俱乐部)。

BP 关系及层次

在您的业务合作伙伴之间维护各种关系。

将业务合作伙伴分配到组层次是基于这些层次进行分析或维护的前提条件。

市场属性

获取附加的 BP 信息，这些信息您想用来以一个方便容易的方式进行目标组的选取。

易于得到高质量的数据

优秀的的数据质量是您获得潜在客户及客户的前提条件。只有那时您的市场活动才能更有效而不仅仅是花费支出。

配置及扩展

受益于配置选项，使用户界面及 BP 主记录的内容适合您公司的特定需求

集成且开放的接口

与CRM应用的全面集成让您能重复使用已录入的数据——它在降低数据冗余的同时也减少了花在数据录入上的时间

与 mySAP ERP (企业资源计划) 系统的集成确保了所有后台流程都能平稳运行

开放式 XML 接口让业务合作伙伴数据能与外部系统进行交换

BP 控制台

在 BP 相关数据之上编译并设计您自己的视图

SAP 业务合作伙伴 (BP) 概念

mySAP CRM 中的业务合作伙伴是什么？

可以是个人、一个组织或一个组

有了统一的平台，客户数据以及客户服务的信息可以集中存放，是各个业务部门客户运作的重要基础。如果能够对客户的档案进行统一管理，不但节省了数据输入量，节省了时间，提高服务的质量，同时，客户采购的历史数据，通过销售信息系统的分析，可以作为市场计划的依据。

具有核心数据如名称、地址、银行细目，以及与人、组织或组相关的数据

可以依据不同的业务流程显示为不同的角色，如潜在用户、订货方以及竞争对手等

不同角色要求不同的附加数据，如为订货方的销售领域数据

可以跟其它 BP 具有不同类型的关系，例如“有联系人是”、“是持股方”

业务合作伙伴类别

人

个人,人员相关的数据,如生日、婚姻状态、私人住址

组织

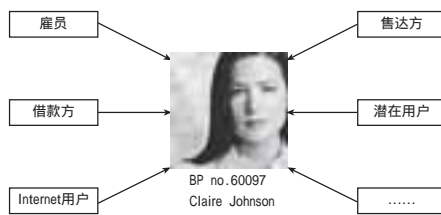
公司、分支机构、组织相关数据,如法人实体、创立日期、行业代码

组

联合活动、联合经营、家庭、室友安排

业务合作伙伴角色

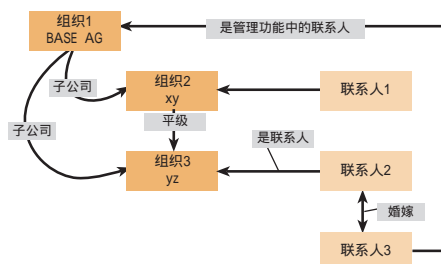
不同的CRM业务流程要求与一个业务合作伙伴相关的不同数据。



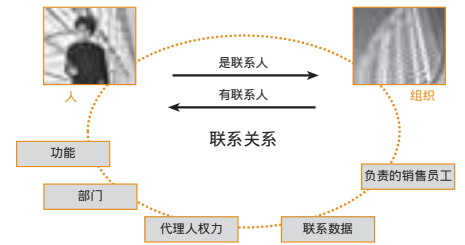
依照业务合作伙伴在业务流程中的角色，需要维护不同的数据集。

业务合作伙伴关系

可以在多个合作伙伴之间维护多种不同类型的关系



业务合作伙伴之间关系之上可以维护多种属性



应用 mySAP CRM 进行客户信息管理的益处

了解您的客户是成功的关键

提高投资回报通过:

- 改进数据质量、一致性与可靠性
- 降低数据冗余
- 内置的集成

改进您的雇员的工作效率通过:

- 针对特定需要配置用户界面
- 改进数据质量、一致性与可靠性
- 系统集成

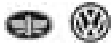










提高客户满意度通过:

- 改进数据质量、一致性与可靠性
- 雇员可以在任何他们想要的时候得到任何相关的 BP 信息

mySAP CRM 的业务合作伙伴模型既灵活又集成,为主数据管理及所有CRM业务流程提供了绝佳的基础。



mySAP CRM 中国部分客户

	客户名称	CRM 应用场景
	一汽大众	交互中心
	宁波海天集团股份有限公司	交互中心
	SVA 上广电	企业销售 企业服务 市场营销和分析
	上海电信长途通信事业部	交互中心
	国通电信	电子销售
	福建省工业设备安装有限公司	企业销售 现场销售
	高露洁公司	现场销售
	奇瑞汽车	企业服务 交互中心 市场营销
	金东纸业	企业服务 电子销售
	重庆电力公司	交互中心
	施耐德电气中国	企业销售 现场销售



特征和优势的体现使您最终选择 mySAP CRM 客户关系管理

功能	优势
与其它 mySAP 解决方案的紧密集成及与第三方解决方案的兼容性	实现快速的投资回报 无缝信息流加强了企业内部效率和灵敏度 提高了整个电子商务网络的价值，包括客户、供应商和合作伙伴
闭环式交互周期	创建了一个不间断的客户信息流、交互流和交易流 协助您将您的业务流程和客户相匹配
运作化的 CRM	通过各种销售渠道（如：电话、传真、电子邮件、聊天室及移动设备）以更便地支持新的交互层 透过所有渠道实现客户交互行为同步 使您的企业更便地进行业务交易
分析化的 CRM	获取来自您的数据仓库和其它信息源的更深入的客户记录、绩效和收益信息 允许您分析、预测，驱动客户价值和行为，提高需求预测的准确性 可使您处理与客户相关的信息，并提高定制化的服务
协作化的 CRM	使您与您的客户、供应商和合作伙伴进行方便快捷地协作 提高效率，实现与整个供应链和业务流的集成 运用您企业外部的产品和服务资源，快速响应客户需求
基于角色的门户访问	对所有用户提供适合他们各自角色和喜好的工具和信息 加强所有员工快速响应客户需求的能力，使其成为真正的客户关注中心 提供可快速访问和链接所有内外部客户信息的工具
特定行业解决方案	提供特定行业解决方案的最佳业务实践
因特网产品定价和配置	便利地进行网上销售业务 提供一个高质量、低成本的销售方式
运用最新的移动技术实现更为广泛的移动销售和服务支持	使您的员工可随时随地为客户提供优质的服务

mySAP CRM 快速实现您在客户方面的最大投资回报

mySAP 客户关系管理解决方案对您企业未来的发展是个可靠的投资。其一，可使您的企业与客户建立坚固的关系，从而实现高销售额、高利润。其二，减少了手工操作流程，实现流线型供应链，缩减了客户服务成本。其三，mySAP 客户关系管理的集成化性能可与企业的其它系统实现数据操作同步，因而保持了较低的拥有总成本。

为您的客户和您的企业选择最好的解决方案

选择一个客户关系管理解决方案对企业保持今后的市场竞争优势是个重要的决策。然而 mySAP 客户关系管理提供的完善功能将全面集成与客户间的业务流程、丰富的特殊行业经验将更好的满足客户需求、实现快速投资回报。如需了解更多的信息，敬请访问：www.sapchina.com

www.sap.com/china/contactsap



THE BEST-RUN BUSINESSES RUN SAP™



SAP 北京 北京市朝阳区光华路1号北京嘉里中心南楼12层(100020) TEL: +86(10)65618868 FAX: +86(10)85298588
SAP 上海 上海市南京西路388号仙乐斯广场31层(200003) TEL: +86(21)33024898 FAX: +86(21)63345758
SAP 广州 广州市天河北路233号中信广场商业楼5307室(510620) TEL: +86(20)38770148 FAX: +86(20)87521589
SAP 大连 大连市软件园东路5号604室(116023) TEL: +86(411)84836868 FAX: +86(411)84766380/90
SAP 香港 香港太古城太古湾道12号太古城中心第四期11字楼 1111-1114室 TEL: (+852)25391800 FAX: (+852)25391818