

无锡中顺生物技术有限公司

公司网址：<http://www.hts.com.cn>

公司性质：港资企业

经营产品：水质改良剂及渔药

所属行业：流程制造—生物医药行业

企业介绍

无锡中顺生物技术有限公司由香港中顺海得投资集团独资，专门从事水产养殖配套系列产品的研发、生产和销售，主营水质改良剂及渔药，公司位于江苏省无锡市新区。

作为中国水产渔药业历史最悠久的企业之一，伴随着中国渔药业十多年的发展，中顺创立了知名的“海得”渔药品牌，更是华东区渔药业的龙头企业。自 2002 年起，公司率先在渔药业倡导绿色养殖新理念，并专注“水质改良”产品的开发和应用推广，如今已赢得“水质改良专家”的美誉，改水产品更成为渔药业的领导型产品。

本着“用科学服务水产，成就农户养殖成功”的经营理念，以及“与顾客、与员工多赢”的原则，公司多年来持续投入重金建立现代化的微生物生产线、研发实验设备以及完善的信息管理系统，为公司的长远发展建立了坚实的基础。

企业营销模式的业务特征

无锡中顺生物技术有限公司采用直营+分销的复合营销模式。目前拥有实体店 30 家左右，计划三年内在全国范围内将门店数量拓展到 1000 家。无锡中顺以多点门店作为面向客户的宣传、交易、服务平台，希望通过精细的会员管理政策及统一标准、规范的门店运营模式为客户提供优质、高效的服务。

信息化动因

随着水产养殖行业的快速发展，市场占有规模不断扩大，中顺生物科技的管理也面临着

三大挑战：如何寻找和维系优质的客户、如何控制业务扩展中的风险和成本、如何建立长久的品牌忠诚？

对于强调“持续消费”渔药市场，业务长期发展，最终会要落实到对市场需求的准确把握和快速响应，以及对优质客户的甄别，并进行全生命周期的关注。但问题是，在数十万计的客户群体中，哪些是值得投入的市场，哪些是值得挽留和服务的客户？各市场的需求不同，哪些产品和营销活动的投入产出更大？产品的改进和营销资源的投入，都离不开对在产品、区域多维度的客户分析。要达这样精细化的客户管理，其基础则是对终端客户的基本信息、交易信息和价值信息的全面掌握。

业务的快速发展，除了带来客户管理和服务的挑战，也会造成人员能力的瓶颈。之前中顺可能更多地依靠“人带人”的言传身教和实践锻炼来帮助员工成长，但在市场快速扩张，人员规模急速膨胀的情况下，如何控制员工的服务质量，加速新进员工的能力成长，让“入职三天”的新业务人员，快速而且低成本地掌握“入职三年”的老业务的经验，从而“少交学费”，是管理者迫在眉睫需要解决的问题。

目前中顺生物技术主要依靠合作伙伴进行产品代销，后期的产品服务（直接影响客户体验和重复购买意向）和优质客户的关系管理（涉及到品牌忠诚和最终市场份额），大部分都掌握在渠道伙伴手中。而伙伴参差不齐的管理和营销水平、以及“放养”式的松散管理模式，则极易形成中顺市场持续发展的短板，造成市场份额的“不知所以”的丢失，优质客户“不明所然”地转移其他品牌，或者渠道伙伴携带着客户资源，“毫无征兆”地被竞争对手争取，这一定是企业管理者，最不希望看到的情景，问题是我们如何防范这些情况的发生？

根据前期与中顺管理层的交流，结合用友公司服务过的类似案例，双方一致认为，无锡中顺应通过 CRM 客户关系管理系统来建设精细的营销管理体系和贴心的服务管理体系。

企业 CRM 系统的建设目标

无锡中顺生物科技所需的客户关系管理系统重点聚焦在会员拓展管理、会员服务管理、信息整合和分析决策管理等几个方面，最终实现以会员为核心的经营和服务平台，此次系统建设的近期、中期及长期目标归纳如下：

近期目标：

- 分析：分析哪些客户更有价值，哪些会员会有何种产品的购买潜力；
- 接口：CRM 与 PDA 系统、手机终端的接口；

- 定制：客户信息内容的定制、报表的定制；
- 服务：提供主动和被动服务，并对质量监控。

中期目标：

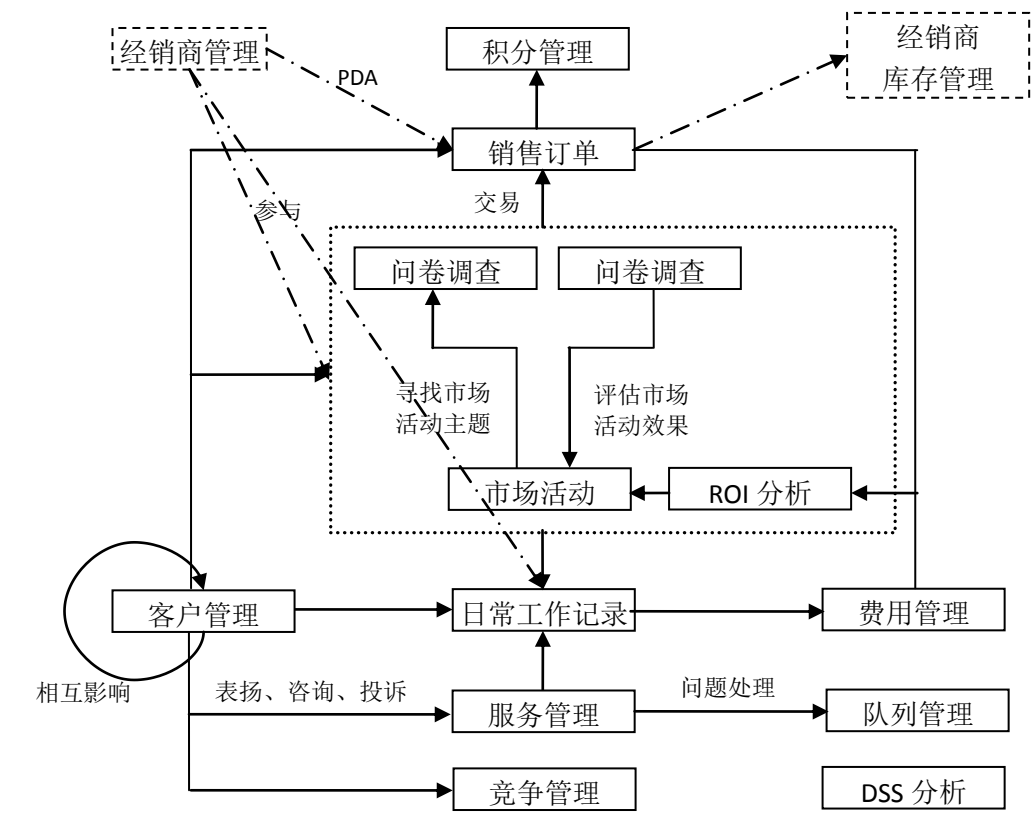
- 建立系统的，持续地关注客户的方法，将客户信息逐步整合到 CRM 中管理；
- 客户满意度提高：包括市场 ROI 分析、服务费用管理、业务人员的计划执行与考核、客户满意度回访等；
- 提炼和总结营销与服务的标准化流程，并利用 CRM 系统来帮助管理者监督和落实执行。

长期目标：

- 新的业务模式探索：借助会员平台，带来交叉销售，未来对整个产业链的提供交易服务；
- 数据的实时分析，作为管理输出提供给合作伙伴，进而提供信息增值服务；
- 实现业务决策、市场规划、和绩效考核的数字化管理。

用友 TurboCRM 应用解决方案

无锡中顺主体业务框架



客户资源企业化管理

客户信息是动态、多角度的，除了基本的静态信息之外，还包括需求信息、联系历史、交易过程、价值信息等；为了实现“以客户为中心”的管理决策，需要整合公司及各经销商的客户资料，并进行统一管理。

市场活动管理

市场活动的管理，需要记录市场活动开展前后的各种情况，如：活动开展前提醒活动工作人员需要跟进的事项；活动进行中记录活动的进展；活动结束后记录由市场活动生成的各种订单，发掘潜在客户等。包括活动开始（结束）时间、活动类型/主题/内容/预算/费用支出、参与者名称/类型/电话/邮件等。

为了使市场活动更加有效、有针对性，建议提前展开调查，详细了解客户的需求，制定最适合的主题；市场活动结束后及时跟进，了解客户的反馈信息，及时总结，为下一次活动积攒经验。

联络过程管理

联络过程管理，需要记录企业与客户的所有接触的方式、结果，实时进行查询、跟踪，对联络过程中出现的交易机会进行全面管理，包括机会来源、负责经理、员工、意向产品、日程计划、预期成交、费用情况等。

订单管理

客户的交易过程中会产生订单单据，第一时间需要进入到系统中进行记录。通过 PDA 与 CRM 系统的有效结合可实现订单的快速录入，并有强大的追溯功能，从而使企业能够对订单进行有序管理，例如：客户的积分管理；经销商的库存管理等。

竞争管理

对竞争对手信息进行全面记录和分析，包括竞争对手基本信息、竞争优势劣势、竞争订单分析、竞争产品分析、跟踪竞争对手的市场活动情况，及时分析，帮助找到市场症结，调整营销策略。

另外，由于竞争往往是与销售过程共同发生发展的，因此，在每次接触过程中注重记录竞争对手情况、活动策略，对于未来的竞争分析也大有裨益。

服务管理

吸引一个新客户的成本远远高于留住一个老客户的成本，但新客户带来的利润却大大低于忠诚的老客户。企业在大力发展新客户的同时，也要充分考虑如何稳定老客户。利用 CRM 系统，采用有效的服务策略，可以及时响应客户的反馈信息，协助企业做好客户保留。

员工管理

➤ 员工绩效管理

- 员工工作过程管理。
- 员工目标管理
- 员工费用管理。

统计分析

CRM 系统具有很强的分析及决策支持能力，可帮助企业决策者建立各种决策信息模型，使企业面对迅速变化的市场，能够做出及时的响应，持续提升客户价值及盈利能力。

- 客户分析

客户价值分析：进行交易次数、平均交易规模、总交易量、折扣、利润额的合计与排行，可以随时查阅客户的积分和积分变化，根据客户的积分不同给予不同的折扣优惠，以增加客户的忠诚度。

- 市场活动分析

- ✓ 市场活动分析
- ✓ 竞争分析
- ✓ 竞争份额分析

- 产品分析

- ✓ 销售额排行
- ✓ 销售量排行
- ✓ 利润额排行
- ✓ 投诉排行
- ✓ 退货排行
- ✓ 产品特征分析

- 服务分析

- ✓ 客户满意度分析
- ✓ 客户投诉率分析

- ✓ 客户咨询分析

主要应用部门

- 销售部：由获取销售线索开始，随后进行相应的客户拜访，在拜访过程中了解客户的需求并及时的提供差异化的销售方案，最终签署购买协议。
- 渠道管理部：对各地经销商的管理进行细分，及时掌握经销商进销存信息，预测分销体系的销售潜力，以便于对渠道分批进货和货物流向进行持续对比管理，提高资源利用率，增加赢利。
- 客户服务部：负责处理产品使用问题，处理投诉；
- 产品部：负责根据产品的销售及使用情况对产品价值分析，并相应调整产品性能，提高产品竞争力。

关键业务应用描述

全方位的客户信息管理

将分布于公司内部与经销商处的终端客户信息完整的管理起来，不仅仅是基本资料的记录（客户名称、地址、电话、联系人姓名、所属区域、所属部门、负责人员等），还包括交往联络情况，购买产品情况（历次交易订单/发货单），进行售后服务工作情况，以及该客户的价值评级和贡献等信息，全方面、多角度的管理客户的各种静态信息和动态信息。

- 客户静态/动态信息一体化管理界面

用友 TurboCRM

客户 - 联系人 - 电子养殖日志 - 订单 - 库存 - 资源中心 - 报表分析 - 线索 - 市场管理 - 销售管理 - 服务 - 客户调查

客户

新建 - 列表查询 - 编辑 - 删除 - 复制 - 打印 - 相关对象 - 批量 - 关系图 - 客户合并 - 更改类型 - 价格表浏览 - 停用

基础信息 - 养殖信息 - 归属信息 - 附属信息 - 竞争动态 - 商务信息

姓名: 习建方 客户简称:

性别: 先生

电话号码: 13775161020

年龄区段: 70代

消费特征:

客户会员卡号:

客户关系状态: C

养殖分类: 淡水

养殖品种: 河蟹 养殖模式: 河蟹套养青虾

养殖面积(亩): 30.00 识别号:

关键客户: 待定 客户负责人: 程磊

相关行动 (7)

电子养殖日志: 客户 (0)

客户影响关系 (0)

负责部门 (7)

员工 (1)

订单 (1)

相关客户 (0)

细分市场 (0)

版权所有: 用友软件股份有限公司 UFIDA(C) 2009-2010 保留所有权利

完成

切换浏览器模式 狂打开 下载

市场管理

市场活动: 类型

新建 - 列表查询 - 布局 - 打印

高级查询 - 统计 - 排序

☐	操作	停用标记	编码	名称	描述
☐	  	否	10001	短信营销	
☐	  	否	10002	会议营销	
☐	  	否	10003	其他营销	

系统将市场活动的整个过程分阶段进行管理, 每个步骤可以并发执行, 通过分阶段的管理加强了市场活动的过程控制, 过程处理好了必然会有一个令人满意的答案。同时市场活动统计的各个阶段的费用, 为下一步数据分析做好准备。

市场活动

新建

列表查询

编辑

删除

复制

打印

相关对象

关闭

ROI 分析

最新状况

进展分析

会前准备

内容准备

确定名单及会议邀请

回复名单及参会确认

活动总结

活动总结

活动总结

名称:	市场活动		
类型:	市场活动	关闭:	否
部门:	总部	所有者:	administrator
开始日期:	2009-10-21	结束日期:	2009-10-31
预算费用:	¥ 20,000.00	发生费用:	¥ 0.00
预计机会数:	20	实际机会数:	0
预计销售额:	¥ 2,000,000.00	机会销售额:	¥ 0.00
预计销量:	200.00	机会销量:	0.00
创建人:	administrator	创建时间:	2009-10-21 15:09:55
修改人:	administrator	修改时间:	2009-10-21 15:09:55
目标:			

问卷调查管理

问卷调查

保存并退出

保存

保存并查看

保存并新建

取消

问题列表

是否听说过中顺?	☒ 是 ☐ 否		
使用何种品牌产品		v	
使用养殖产品频率		v	
宣讲关注点		v	

其他信息

名称	问卷调查		
客户	张三	v	市场活动
部门	总部	v	所有者
			administrator

竞争管理

系统对竞争信息进行了详细的记录，包括竞争对手、竞争订单的信息，通过记录上述信息可以使领导第一时间了解到销售第一线的信息，并作出对策调整，同时为日后的数据分析奠定基础。

订单金额积分规则

新建
 列表查询
 布局
 批量删除
 打印

定制查询
 高级查询
 统计
 排序

订单金额积分规则
 订单明细积分规则
 其他积分规则

☐	操作	规则名称	开始时间	结束时间	创建人	创建时间
积分换算规则 (0) 编辑 产品 (0) 加入产品 产品类型 (0) 添加产品类型 客户 (0) 加入客户 从收藏夹加入 客户类型 (0) 加入客户类型						

预收/收款管理

➤ 预收款管理

由客户预先支付一定款项用于后期的产品购买，如下图

预收

保存
 保存并新建
 保存并复制
 删除

收款单据号	开工收款	支付日期	2011-05-16
名称	客户预收		
客户			
部门	总部	业务员	
付款方式	现金	预收金额	0
备注			
外币金额	0		

保存
 保存并新建
 保存并复制
 删除

版权所有：西安软件股份有限公司 UPDA(C) 2009-2010，保留所有权利。

切换浏览模式 IE 打开 下载 100%

➤ 收款管理

用友 TurboCRM

您: administrator! 今天是 2011-05-12

客户 · 联系人 · 电子销售日志 · 订单 · 库存 · 资源中心 · 报表分析 · 线索 · 市场管理 · 销售管理 · 商务 · 客户管理

收款

新建 列表查询 复制 打印 相关对象

订单:	收款订单	类型:	收款
订单: 订单金额:	¥498.00	订单: 有效金额:	¥498.00
客户: 收款发生:	0.00	客户: 客户余额:	2.00
客户:	冯建芳		
主题:	手工收款		
计划开始时间:	2011-05-03 19:13:57	计划结束时间:	2011-05-03 19:13:57
实际开始时间:	2011-05-03 19:13:57	实际结束时间:	2011-05-03 19:13:57
部门:	5001销售处	动作:	收款
状态:	完成	推荐到桌面:	否
发生金额:	¥0.00	发生金额:	¥2.00
付款方式:	现金		
备注:	购买12张乐优·1张状元红		

版权所有: 用友软件股份有限公司 UF04U(12899-2010) 保留所有权利

切换浏览模式 正在打开 下载 100%

服务管理

服务请求管理提供了全方位、立体式的管理模式。在为请求建立全面的信息记录的同时，系统可以通过受理队列的指定及升迁，限定请求的负责人。

服务请求

保存 保存并查看 保存并新建 取消

主题			
请求时间		处理状态	
完成期限时间		类型	投诉
客户			
队列		所有者	
详细描述			
处理结果			

保存 保存并查看 保存并新建 取消

服务请求: 类型

新建 列表查询 布局 打印

高级查询 统计 排序

	操作	停用标记	编码	名称	描述
☐	   	否	10001	表扬	
☐	   	否	10002	投诉	
☐	   	否	10003	咨询	

将服务请求分成表扬、投诉、咨询三大类，便于管理。

产品管理

在系统将公司产品记录在案，便于业务人员制作报订单时进行选择，同时也为后期针对产品的分析做准备。

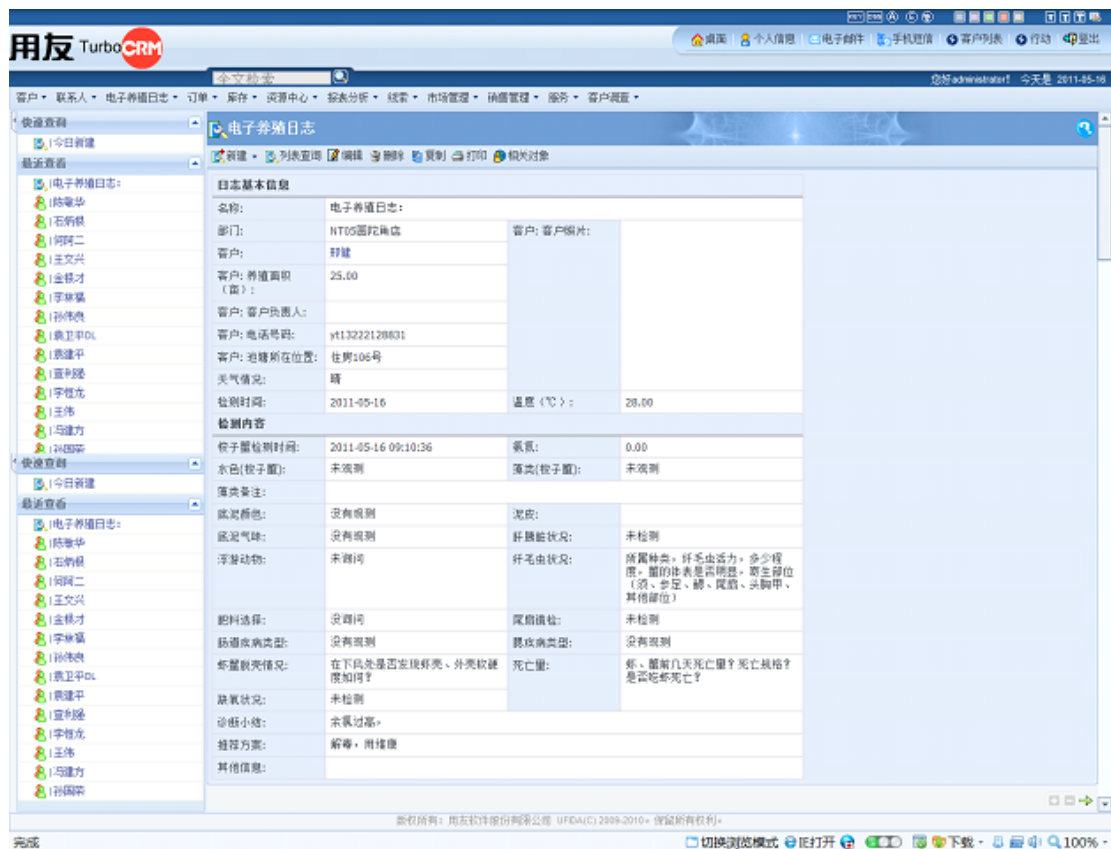


The screenshot shows a software interface for product management. At the top, there's a title bar '产品: 类型' (Product: Type) with icons for '新建' (New), '列表查询' (List Query), '布局' (Layout), and '打印' (Print). Below this are three buttons: '高级查询' (Advanced Query), '统计' (Statistics), and '排序' (Sort). The main area is a table with columns: '操作' (Operation), '停用标记' (Deactivation Mark), '编码' (Code), '名称' (Name), and '描述' (Description). A red rounded rectangle highlights the '编码' and '名称' columns for rows 001 through 010. The bottom status bar shows '1 2'.

操作	停用标记	编码	名称	描述
	否	001	底改	
	否	002	微生物	
	否	003	肥水	
	否	004	增氧	
	否	005	消毒	
	否	006	杀虫	
	否	007	营养	
	否	008	内服	
	否	009	添加剂	
	否	010	水改	

电子养殖日志

定期为客户的池塘进行体检，并在系统中进行记录，以便针对性的给客户提供用药方案，同时可以方便看到历次体检情况与历次用药情况。



POS 前台销售

对订单部分进行部分修改，可以关联扫描枪，销售成功核减库存。

库存管理

通过系统进行出入库管理，并可实时查看库存余量。

库存					
列表查询 布局 导出 打印					
定制查询 高级查询 统计					
经销商: 登录名 包含 产品: 名称 包含 查询					
产品	经销商	数量	经销商: 登录名	经销商: 经销商...	
优藻乐	北井子镇店	(5.00)	A1	北井子镇店	
优藻乐	黄土坎镇店	0.00	A13	黄土坎镇店	
优藻乐	闫家镇店	0.00	A28	闫家镇店	
优藻乐	欢喜岭镇店	0.00	A12	欢喜岭镇店	
佳视得	东夏镇店	30.00	A6	东夏镇店	
底碧洁	东夏镇店	90.00	A6	东夏镇店	
底乐忧	东夏镇店	30.00	A6	东夏镇店	
底碧洁	头曹镇店	140.00	A25	头曹镇店	
佳视得	双桥渡店	50.00	A21	双桥渡店	
佳视得	山阳镇店	50.00	A19	山阳镇店	
氧状元	山阳镇店	40.00	A19	山阳镇店	
氧立得	山阳镇店	40.00	A19	山阳镇店	
底乐忧	下圩镇店	49.00	A27	下圩镇店	
佳视得	高滕店	300.00	A7	高滕店	

分析决策

按照系统实施的总体指导思路，在系统推广及运行稳定之后，利用用友 TurboCRM 提供的灵活实用的分析功能进行量化的分析决策。对客户、销售、服务及员工的各种信息进行统计和分析，为企业发展提供决策依据。

➤ 客户分类综合统计表（个人用）

针对各类养殖户(E、D、C、B、A)的综合（“数量”和“面积”）进行统计分析，有助于目标客户选择，帮助提升行动效率。

报表: 3号表: 客户分类综合统计表（个人用）								
新建 列表查询 编辑 删除 复制 打印 高级查询 加入仪表板 导出 发送邮件								
	A		B		C		D	
	个数	养殖面积(亩)(总)	个数	养殖面积(亩)(总)	个数	养殖面积(亩)(总)	个数	养殖面积(亩)(总)
(空)	61	4390.00	1072	47971.10	1771	91405.40	4217	246091.24
万海鸥	0	0.00	1	6.00	2	500.00	28	752.00
下圩店员	0	0.00	0	0.00	2	15.00	0	0.00
东山店员	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	15.00
东山镇店	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
代祥春	0	0.00	0	0.00	1	14.00	3	37.00
何冬成	0	0.00	4	2950.00	134	6586.00	284	17178.00
余友波	0	0.00	0	0.00	1	6.00	5	0.00
儒林店员	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	8.00
刘春华	0	0.00	0	0.00	1	32.00	6	280.50

➤ 养殖日志月报表（2011）

报表: 养殖日志月报表 (2011)			
新建 列表查询 编辑 删除 复制 打印 高级查询 加入仪表板			
个数	2011-02	2011-03	合计
吴中吴江开发区	2	0	2
苏锡常区	1	1	2
当涂开发区	1	0	1
丰义店	10	167	177
后周店	8	96	104
下圩镇店	1	218	219
北渔镇店	1	1	2
建昌店	0	45	45
指前镇店	0	88	88
儒林镇店	0	160	160

➤ 行动记录统计表 (个人用)

针对各类养殖户(E、D、C、B、A)的行动记录统计分析, 用于帮助客户负责人合理分配时间, 有效锁定重点客户群, 采取行动。

报表: 4号表: 行动记录统计表 (个人用)							
新建 列表查询 编辑 删除 复制 打印 高级查询 加入仪表板 导出 发送邮件							
个数	A	B	C	D	E	(空)	合计
(空)	298	3047	1925	4583	1354	68	11275
万海鸥	0	4	6	17	0	0	27
下圩店员	0	0	5	0	0	0	5
东山镇店	0	0	0	0	10	0	10
代祥春	0	0	2	0	0	0	2
何冬成	0	10	240	229	7	0	486
余友波	0	0	2	5	0	0	7
儒林店员	0	0	0	3	0	0	3
刘春华	0	0	1	7	0	0	8
刘贻店员	0	0	0	24	12	0	36

项目成功实施经验

1. 对业务的深刻理解: 用友实施人员会同无锡中顺项目组成员对企业业务和运作模式进行了深入调研, 真正理解了企业的业务需求, 保障了用友 TurboCRM 软件系统的安全着陆。
2. 明确项目总体目标: 进行高层访谈, 为整个项目工作制定一个正确的总体目标, 围绕这个目标开展项目工作, 不断向着目标迈进。

3. 分阶段分期不断深入的进行 CRM 的应用：任何企业对新事物都有一个学习和接受的过程，我们要把这个过程变为从浅入深，从易入难，在学习中成长，在成长中受益的过程，任何企业都不可能一口吃个胖子，循序渐进才是正道。
4. 各级领导的大力支持：在实施过程中遇到了这样那样的问题，一方面是客户领导的大力支持，给了项目组必胜的信心，是整个项目能克服万难，最终保质保量完成项目的基本前提；另一方面是用友集团领导的支持和信任，使项目资源能够得到充分的保障，也为项目顺利成功上线奠定了坚实的基础。
5. 良好的项目协作团队：俗话说，做一个项目，交一群朋友，我们要把客户当成我们的朋友并肩作战，而不是敌人，不是监工，这样大家就建立了良好的出发点，使整个项目过程中解决任何问题都畅通无阻，这也是项目成功的关键性因素。

用友 TurboCRM 系统应用带来的变化和价值

1. 通过用友 TurboCRM 系统平台对企业所有的业务环节进行整合，使企业的业务具有完整的流转性和系统化通畅性；
2. 通过 CRM 系统的实施，在中顺内部建立了以客户为中心的一对一营销体系，一方面能够实时看到客户（经销商和终端消费者）全方位 360 度的即时信息，另一方面可以根据不同的客户所反映的销售信息、渠道信息、消费特征，以及客户自身特性制定更具针对性的营销策略和服务保障，不仅提升了销售成单率，还有效地增加了经销商对企业的依赖性和终端消费者的粘性；
3. 通过 CRM 系统平台提供的会员管理体系，建立了针对最终消费才的贴心的关怀体系和促销机制，让老客户能够持续保有为企业创造更多的价值。
4. 依托用友 TurboCRM 系统多角度、全方位的决策分析机制，对渠道经销商的经营状况、终端消费者的各种消费行为进行分析，找到行业共性和特性，为企业的战略发展提供强有力的支持。

客户感言

企业信息化建设是个长期的过程，通过实施用友 TurboCRM 系统，让我们看到了企业内部信息化之路又上了一个新的台阶，完成了企业的业务整合的同时，让以客户为中心的经营理念扎根于企业的每个角落，在当今激烈的竞争环境下，只有抓住了客户，才能更好的去挖掘市场机会，我们可以肯定的说：在友友的帮助下我们做到了，所以由衷的感谢用友参与中顺实施的用友精英们，给我们带来了这么好的产品，也带来了最直接的变化，谢谢用友！

无锡中顺信息总监：张军