



# 聚焦客户价值 提升赢利能力

## ——快消品行业客户关系管理解决方案

用友软件股份有限公司  
CRM业务部  
2011年03月29日

# 提 纲

1

用友TurboCRM简介

2

快消品行业管理分析

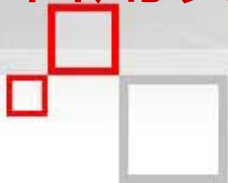
3

用友快消品行业CRM解决方案

4

技术与实施保障

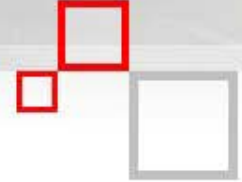
# 今日用友：市场份额



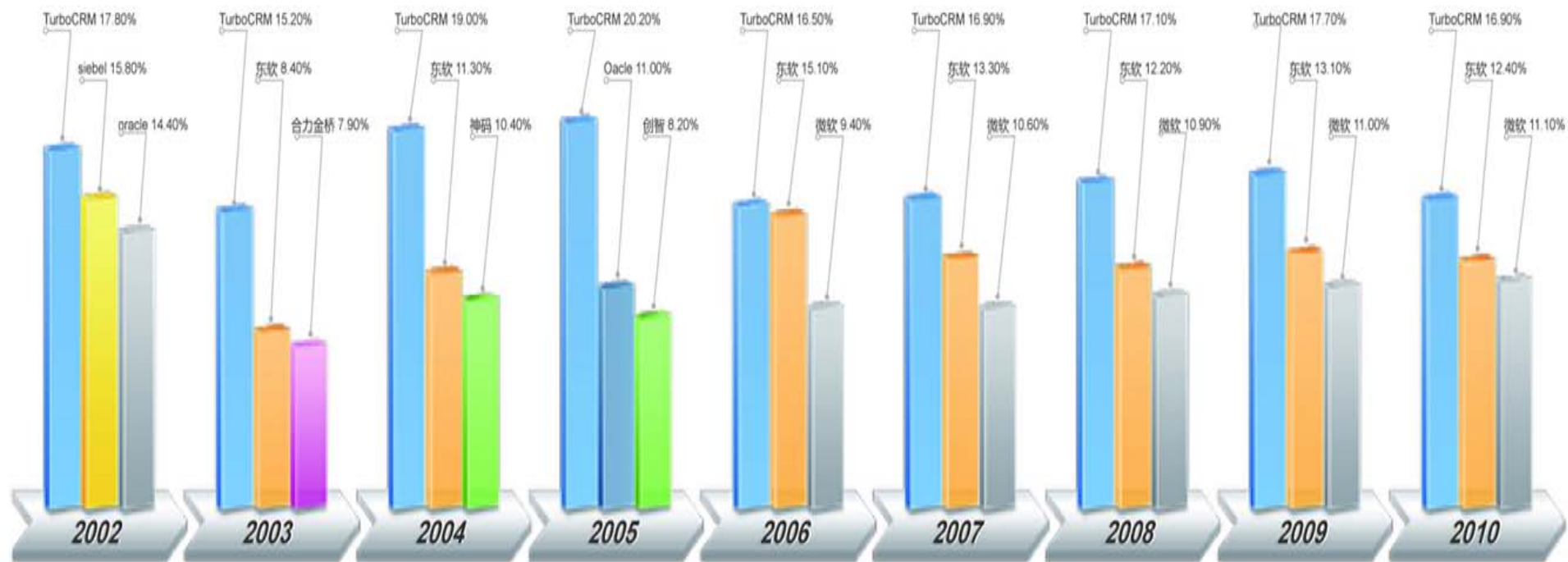
管理软件销售额 (亿元)		市场份额	中国最大管理软件提供商
<b>UFIDA 用友</b>	21.37	21.3%	连续 7年市场占有率第一，超过第二、三名的总和
<b>Kingdee</b>	10.02	10.0%	
<b>SAP</b>	9.90	9.9%	
ERP软件销售额 (亿元)			中国最大ERP软件提供商
<b>UFIDA 用友</b>	12.92	25.6%	连续 7年市场占有率第一，超过第二、三名的总和
<b>SAP</b>	6.63	13.1%	
<b>Kingdee</b>	5.88	11.6%	
财务软件销售额 (亿元)			中国最大财务软件提供商
<b>UFIDA 用友</b>	4.58	27.6%	连续18年市场占有率第一，超过第二、三名的总和
<b>Kingdee</b>	2.52	15.2%	
<b>浪潮</b>	2.03	12.2%	

数据来源：CCID 2008-2009年度市场调查数据

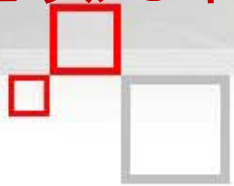
# 连续九年中国CRM软件市场份额第一



## 连续九年市场份额第一



# 连续九年蝉联CRM用户满意度大奖

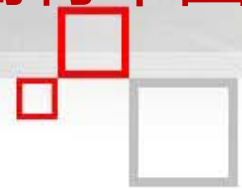


















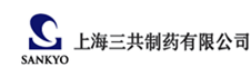


















## 连续九年蝉联中国CRM满意度第一



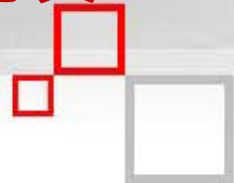
ISO9002服务体系，为客户提供优质以及主动个性化的服务

# 拥有中国最多跨行业的CRM成功案例



# 用友TurboCRM快消品行业的成功客户



中国驰名商标



# 提 纲

1

用友TurboCRM简介

2

快消品行业管理分析

3

用友快消品行业CRM解决方案

4

技术与实施保障



# 快消品行业案例（一）—深圳大百汇集团

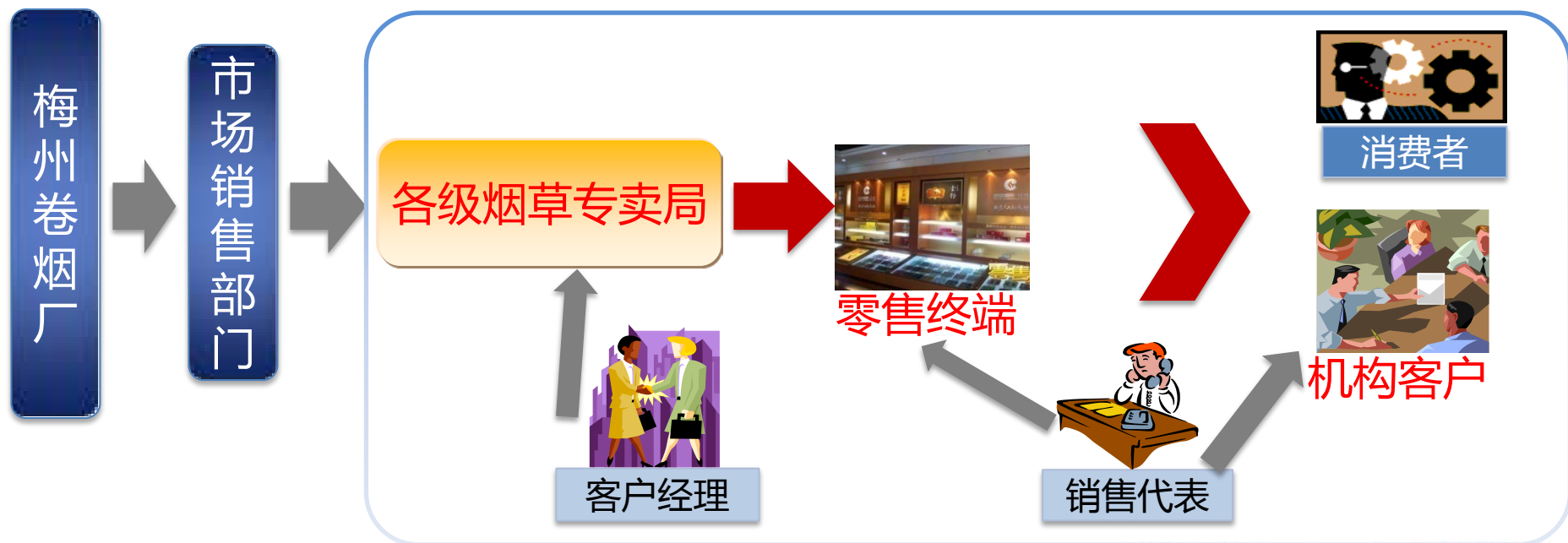


大百汇集团是一家以生产卷烟和渠道销售为主的企业集团

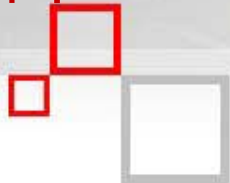
**主要产品：**五叶神卷烟      **产品特点：**卷烟无害技术

**产品覆盖：**全国近130个一线城市和重要城市，累计销量近300万大箱，为国家贡献税收超过100亿元，成为中国卷烟市场的主流品牌之一。

**营销体系：**在全国有一支800多人的商业渠道和推广队伍，覆盖了全国31个省、自治区和直辖市的10万多零售终端，目标客户涉及到全国所有零售终端和机构客户。



# 烟草企业营销管理难点分析



## 现象

## 问题

## 原因

销售商进货、出货等信息无法及时获取。有一次总经理即兴安排到广州拜访销售商，从客户名单中随机抽取10名，结果有两家已经关门，根本找不到店面。

1 数量众多的销售商信息无法全面管理

800多名业务员在维护销售商关系，进行终端推广时工作相对独立，他们的能力建设和管理比较困难，缺乏对他们每天的市场工作、拜访计划、线路安排等推广工作的监控和支持。考核指标单一僵化，比如这个区域设定拜访20家，为了提高工作量销售人员报30家

2 业务代表拜访过程和绩效管理困难

店面管理中的展示元素，比如广告生命周期的管理，广告老化。拜访时发现有的促销广告已经挂了半年多，活动早已结束，或者破损，直接影响到品牌形象。电视广告覆盖情况不能有效管理。

3 品牌元素无法进行有效管理和监控

市场费用、促销物料管理粗放

4 市场费用和促销物料的管理混乱

每个月、季度销售部门出相关报表需要各分支机构上报后，再几天时间汇总出报表，领导层不能及时看到企业运营情况。

5 不能进行多维度及时对业务状态进行分析

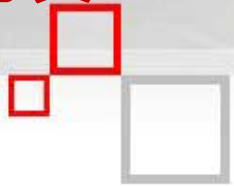
销售商信息拜访、管理不到位，造成客户流失

品牌管理、促销等业务管理体系混乱

缺乏有效的及时准确的决策分析管理



- **全方位的客户资源管理，有效开展客户关系管理，提高个性化服务**
  - ▣ 集中统一管理各级烟草专卖局、各级销售商、机构客户等客户信息，科学的进行分类；
  - ▣ 整合管理各种客户拜访信息、业务信息和价值信息，建立客户全面档案信息管理，提供客户观察器；
  - ▣ 对各类客户进行评价与分析，为差异化服务和“一对一营销”提供依据。
  
- **完善的销售计划管理，全面提升销售成功率，提高利润率；**
  - ▣ 根据对各级烟草公司、经销商、终商零售等客户销售情况提供客户周转数管理，并将周转数与客户经理、销售代表的工作计划进行挂钩；
  - ▣ 通过切实了解客户需求，有效进行销售，提高销售成功率；
  - ▣ 由于对客户的更多了解，销售人员能够有效地抓住烟草公司与客户的利益共同点，有效进行销售，避免盲目的以促销等手段取得交易成功，从而真正提高销售利润。



- **全方位的品牌、市场营销管理，有效的控制市场成本**
  - ▣ 对品牌元素的发布、上线、下线、覆盖范围，进行全生命周期的管理和分析；
  - ▣ 提供卷烟促销计划，并将促销品牌在营销系统订货界面中展现，让企业可以根据促销计划对部门和员工进行考核；
  - ▣ 品牌活动、市场费用和促销物品的精确管理和效果分析；
- **规范销售代表的推广业务过程，提升销售队伍能力建设**
  - ▣ 通过计划、报告、随访、评估等内容规范销售人员的业务过程和工作指导；
  - ▣ 建立科学的考核指标和考核规则制定，规范考核流程，
- **多层次、多维度的报表分析功能**
  - ▣ 终端零售分销、品牌覆盖分析、销售代表行为分析和业绩考核等
  - ▣ 提供零售客户销售异动情况分析工具和客户每个月的销售情况排名、评价排名、进货频率排名、违规次数等查询服务，使企业能够对专卖监控户的守法情况进行监控和分析。

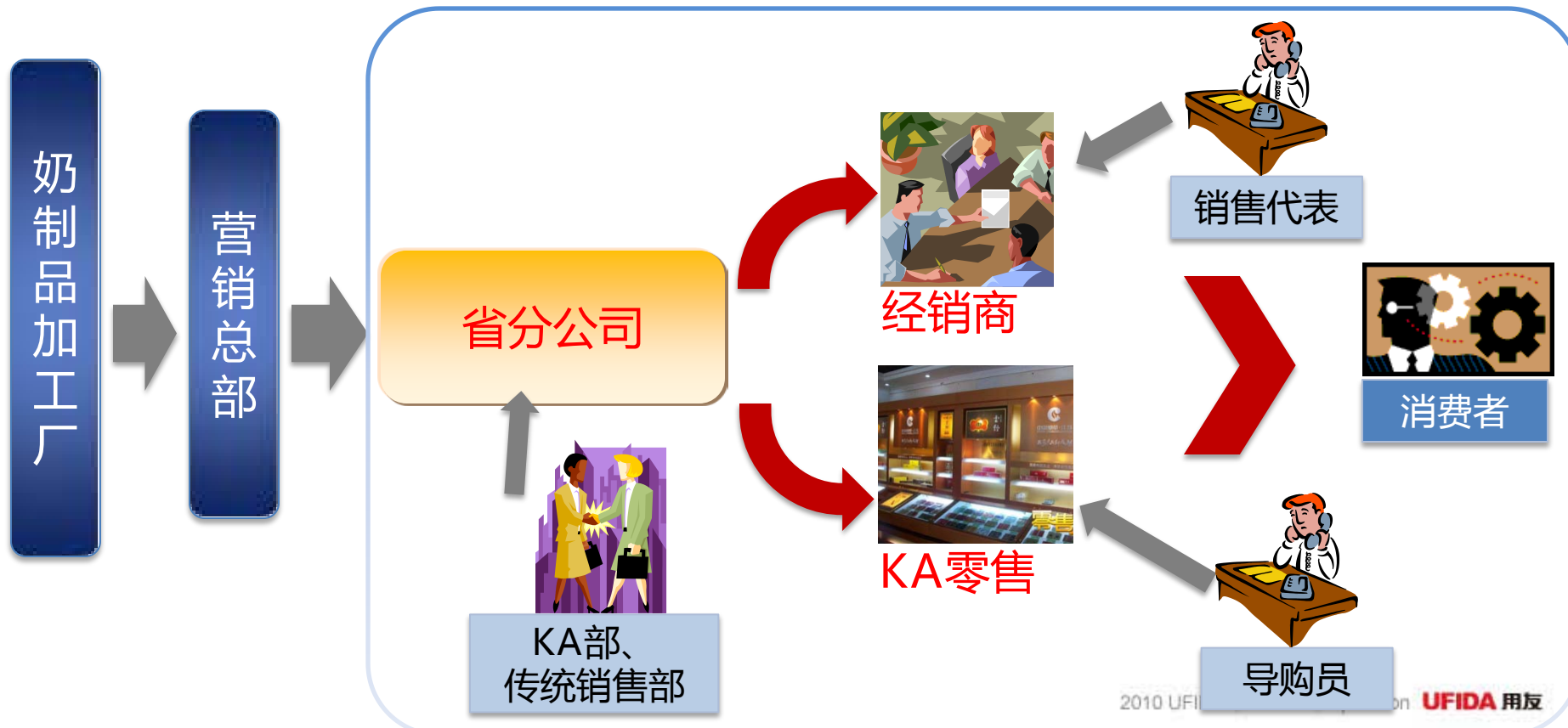
# 快消品行业案例（二）——某乳业股份有限公司



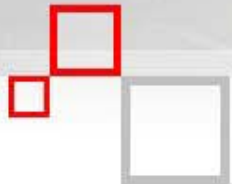
**主要产品**：装备65条现代化生产线，年加工鲜奶能力100万吨，可生产奶粉、液态奶、饮料、豆制品、米麦制品及保健食品等6大系列近200余个品种。

**产品覆盖**：公司产品覆盖全国各区域，实现销售收入30.5亿元，利税2.02亿元。

**营销体系**：在全国有一支2000多人的商业渠道和推广队伍，覆盖了全国31个省、自治区和直辖市的1000多经销商和2万多零售卖场。



# 企业营销资源管理难点分析



## 现象

## 问题

## 原因

销售商付款、账期和开票等信息无法及时获取。对销售商订单的审核缺乏依据，企业风险很大，曾经有销售商在订购价值10多万元的货物之后迟迟不付款直至倒闭流失。

1

数量众多的销售商信用、价值等级无法精确评估

销售商风险管理缺失

销售商进货、出货数据无法有效而准确获取，产品流向，销售商的实际库存、散货能力不清楚。渠道窜货乱价、冲量

2

渠道库存获取和动态管理难

缺乏有效的管理手段

这个月利用促销活动完成销售业绩，对于下个月能完成多少销量，无法进行有效的评估。销售商“有奶便是娘”，坐店经营终端导购员的培训和管理问题

3

促销活动不能进行持续策划和有效跟进

卖场费用一直在投入，竞争对手做，我也做，但是对于需要投入多少，没有合理评估，只是在成本和正常价格之间找一个促销价

4

营销费用无法进行管理和产出分析

业务管理体系不够精细严密

新产品的研发推广盲目跟随，比如市场出现什么新品类，我们就跟上。

5

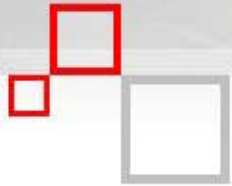
新产品研发和投放的盲目性

不能通过系统及时、准确地获得业务单元以客户为中心的数据，只能通过Excel逐级上报数据、通过手工汇总及分析数据模式；。

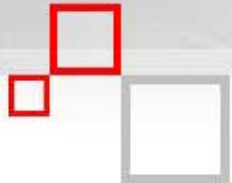
6

对业务单元营销数据进行有效监控和指导决策

缺乏满足不同业务策略的分析模型



- **通过订单管理平台，完善对经销商的合同管理及协议管理**
  - ▣ 利用系统来详细管理产品信息及产品价格信息；
  - ▣ 结合企业管理制度来实现订单申请及审批流程，结合财务数据进行信用额度的管控；
- **设置渠道管理流程，实现对消费品企业所有渠道的信息进行管理**
  - ▣ 建立详细的经销商、KA/连锁、终端客户的详细资料和联系人信息资料，并整合管理各种客户拜访信息、业务信息、信用和价值信息等；
  - ▣ 及时掌握渠道库存数据、渠道销量数据、终端销量数据和终端订单数据，并以此来建立渠道数据分析模型；
- **及时获取营销通路数据，提升企业营销通路管理能力**
  - ▣ 建立分销通路信息、通路数据的上报、汇总和分析体系；
  - ▣ 进行全渠道动态库存管理，结合销售预测科学制定生产计划和物流计划；
  - ▣ 有效预防冲货、窜货乱价行为，约束各级经销商的渠道销售行为；
  - ▣ 通过产品批次号、序列号管理，实现产品质量追溯、防伪防窜货及单品跟踪管理。



- **建立动态的营销费用控制体系，有效指导企业营销支出**
  - ▣ 从下而上的费用预算上报，到由上而下费用预算审批下发，规范科学的费用比的费用管理方式；
  - ▣ 针对销售政策、促销活动进行费用事前预算、事中控制，事后核销的全程管理；
  - ▣ 根据费用的情况，建立多维度的费用分析与监控预警体系；
  
- **帮助企业以市场份额营销为导向，加大企业市场份额，扩大企业利润点**
  - ▣ 改善客户服务质量，优化客户服务管理，全面提高客户满意度；
  - ▣ 加强客户忠诚度管理，针对客户忠诚的层次，实行差异化的客户管理方法。
  
- **建立统一、高效、灵活的决策分析系统**
  - ▣ 建立个性化经营决策管理平台；
  - ▣ 查看各单元经营的综合情况，市场分析、产品覆盖率分析、各类ROI分析；
  - ▣ 完成目标绩效管理、接受KPI预警报告；



# 企业高管关心的问题：“利润增长”



## 战略级：

- 扩大企业市场占有率；
- 提高客户利润率，加速企业成长；
- 获取新客户，开拓新市场；
- 提升现有客户的价值；
- .....

## 面临的挑战：

- 分散的客户数据；
- 复杂多变的业务模式；
- 多渠道不一致的客户体验；
- 缺乏有效的信息系统支撑；
- .....

*The Economist: CEO Briefing – “Corporate Priorities for 2006 and beyond”*

# 提 纲

1

用友TurboCRM概述

2

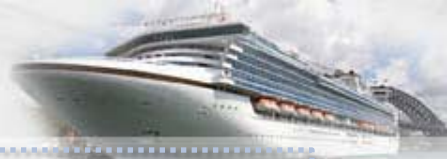
快消品行业管理分析

3

用友快消品行业**CRM**解决方案

4

技术与实施保障



# 快消品行业CRM满足关键应用需求

## 以客户为中心的营销决策分析

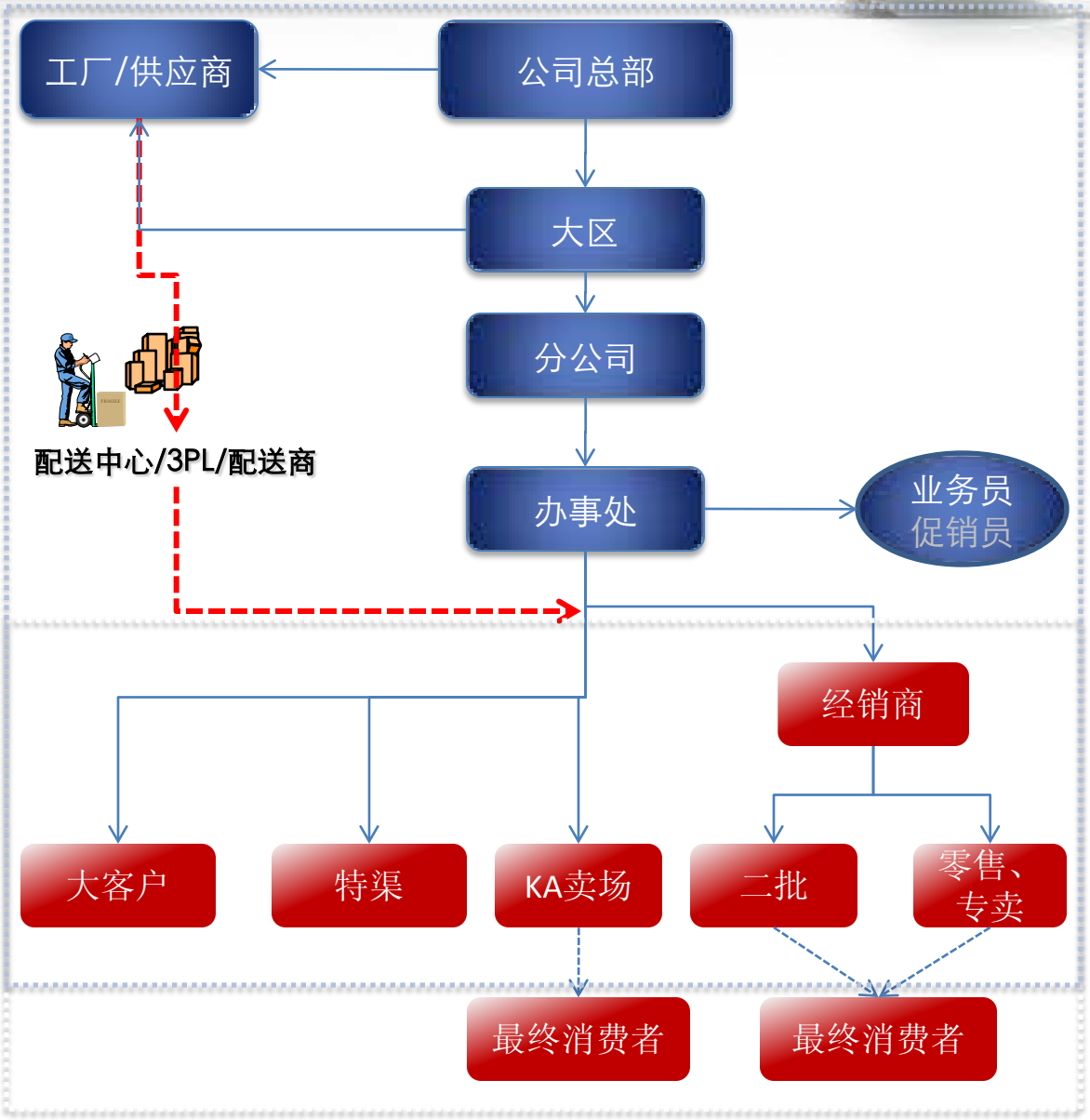
- 业务策略制订
- 投入产出分析
- 销售预测分析
- 通路数据分析
- 客户价值分析
- 产品分析...

## 营销业务过程管控

- 多品牌管理
- 营销资源和费用管理
- 业务执行过程透视和监控
- 分销通路管理
- 销售代表管理
- 会员制营销、电子商务

## 以客户为中心的营销信息整合

- 经销商/门店进销存数据
- 促销活动信息
- 费用投入
- 客户价值信息
- 进场SKU、联系人、关系树...
- 会员档案



内部通路

外部分销通路

# 快消品行业CRM最佳实践



## 多角度量化决策支持分析 DSS&BI



## 自定义工作流程管理

## 客户化开发平台(CAP)和EAI

供应链管理

财务管理

OA管理

POS系统

# 目 录



企业化的客户资源管理



分销通路管理



促销活动管理



营销费用管理

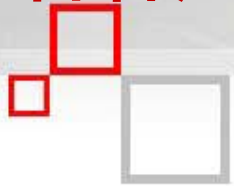


销售团队管理



多角度量化决策支持分析

# 整合客户信息资源、将无形资产“有形”化



## 客户基本信息

- ◆ 联系人
- ◆ 地址
- ◆ 电话
- ◆ 帐户/信用

## 客户业务信息



- ◆ 协议合同
- ◆ 促销活动
- ◆ 订单明细
- ◆ 库存数据
- ◆ 服务历史

## 360客户 信息整合



## 客户交往信息

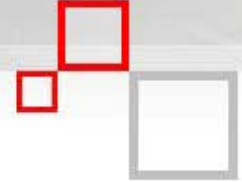
- ◆ 现场拜访行动
- ◆ 电话沟通历史
- ◆ 邮件往来信息
- ◆ 短信沟通历史

## 客户价值信息



- ◆ 价值等级信息
- ◆ 潜在价值信息
- ◆ 客户满意指标
- ◆ 价值变动信息

# 全方位的客户信息整合



经销商信息管理

门店信息管理

用友 Turbo CRM

桌面 | 个人信息 | 电子邮件 | 手机短信 | 登出

全文检索

您好 administrator! 今天是 2009-09-04

线索 | 客户 | 联系人 | 市场管理 | 销售管理 | 订单 | 服务 | 资源中心 | 客户调查 | 报表分析 | 合同/协议

### 客户

新建 | 列表查询 | 编辑 | 删除 | 复制 | 打印 | 相关对象 | 查重 | 关系图 | 客户合并 | 更改类型 | 停用

基本信息 | 营销关系 | 购买潜力 | 发票与发货 | 相关人员与更新时间

名称:	乌鲁木齐大地粮油贸易公司	网址:	
地址:	乌鲁木齐阿勒泰路38号		
电话:	0991-8762334	传真:	
所在大区:	新疆	区域级别:	省
年营业额(万元):	500	我司营业额:	100.00

相关客户 (1)

操作	名称	客户编号	行业	年收入	员工数
	乌鲁木齐阳光餐饮有限公司	e-0002002		0.00	0

合同/协议: 客户 (0)

订单 (1)

存销明细 (1)

竞争订单 (0)

相关服务请求 (0)

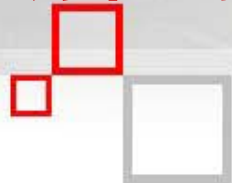
员工 (1)

加入负责员工 | 加入相关员工

版权所有: 用友软件股份有限公司 UFIDA(C) 2008-2009. 保留所有权利.

完成 本地 Intranet 100%

# 全方位的客户信息整合



KA门店信息管理

经销商信息管理

The screenshot displays the '用友 Turbo CRM' interface. The main window shows customer details for '家乐福中国有限公司' (Jia Le Fu China Co., Ltd.).

**客户基本信息:**

- 客户编号: e-00002001
- 所在大区: 北京
- 名称: 家乐福中国有限公司
- 门店面积(平米): 0.00
- 年营业额(万元): 100,000
- 营业时间:
- 电话: 52893322

**联系人 (2):**

操作	主联	姓名	称谓	性别	部门	职务
	否	王晓春	女士	女		
	是	王家振	先生	男	企业管理部	总经理

**联系人: 关系图**

The relationship diagram shows a hierarchical structure:

- 王建 (orange box) is the parent node.
- 朱明 (blue box) and 王小飞 (blue box) are child nodes connected to 王建.

Navigation buttons include '关闭' (Close) and '新建' (New).

Copyright: 用友软件股份有限公司 UFIDA(C) 2008-2009. 保留所有权利.



# 360度客户信息整合



线索 ▾ 客户 ▾ 联系人 ▾ 市场管理 ▾ 销售管理 ▾ 订单 ▾ 服务 ▾ 资源中心 ▾ 客户调查 ▾ 报表分析 ▾

## 客户 ?

新建 ▾ 列表查询 编辑 删除 复制 打印 相关对象 关系树 客户合并 更改类型 停用

**基本信息** | 营销关系 | 购买潜力 | 发票与发货 | 相关人员与更新时间 | 帐务信息

客户编号:	e-00000001	类型:	企业客户
名称:	世纪天华(集团)有限公司	网址:	http://www.sjth.com
地址:	北京市西城区宣武门西大街129号12B03		
电话:	66416688	传真:	66416681
所在地区:	北京	企业性质:	三资
行业(多选):	通讯, 工程, 电子, 技术	主营业务:	电子设备, 工程
客户来源:	主动获取	客户级别:	VIP客户

联系人 (8)  新建 ▾

相关资产 (3)

相关行动 (12)  新建一般行动 新建会议行动 新建邮件行动 新建短信行动 新建电话行动

销售机会 (6)

报价单 (2)

订单 (5)

相关服务请求 (6)

相关服务计划 (7)

相关工单 (11)

市场活动 (1)

邮件 (0)

短信 (0)

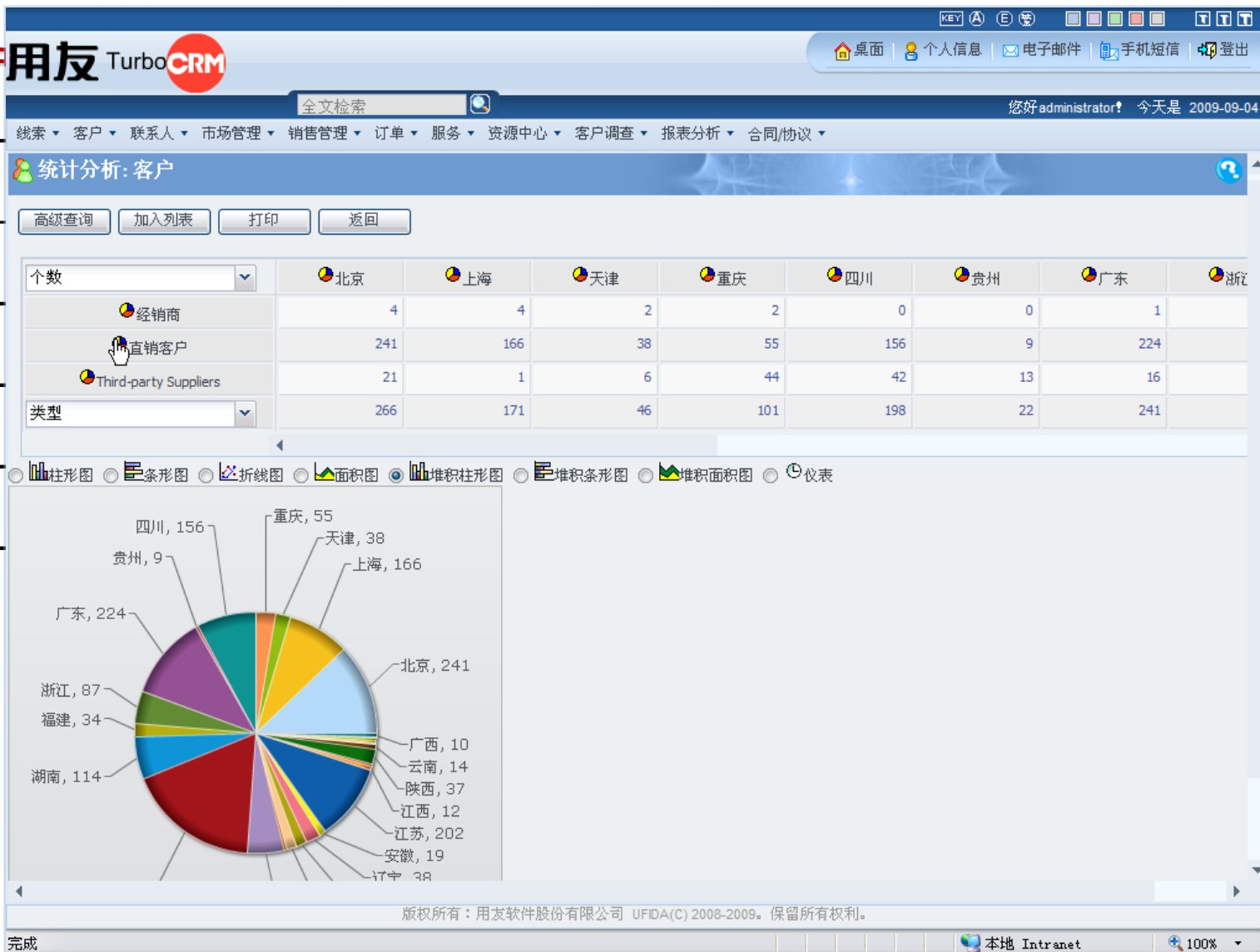


# 客户细分-类型、区域等

不同的客户对企业的需求不同，运营模式不同，给企业带来的价值不同；

## 快消品企业客户用友 Turbo CRM

- 超市型客户
- 超市联营客户
- 专卖店客户
- 批发客户
- 外埠客户
- 餐饮店客户





# 客户细分--价值客户

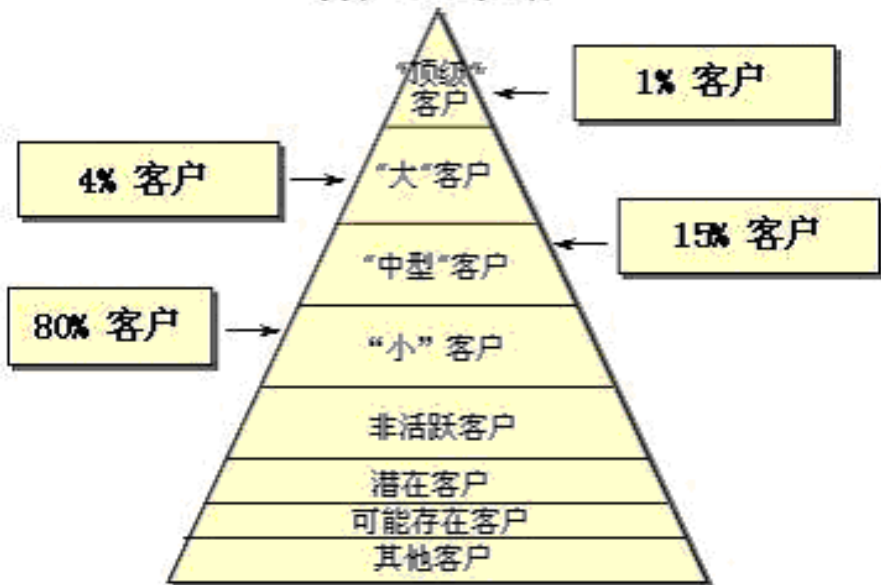
- 基于价值分类制定业务策略
- 掌握客户价值变化，提高客户保有率
- 提升客户价值贡献



通常20%的重要客户会聚集在“金字塔”的顶端，为企业贡献80%的利润/销售额，清晰了解这些客户是企业保持和发展竞争力的重要战略。

80%的客户在“金字塔”的底端，采用标准的低成本的方式对他们进行服务和支持可以有效地节省运营成本。

### 客户金字塔



“客户金字塔”中，2%-3%的客户净上行迁移会产生10%的周转额增长以及高达50%-100%的爆炸性利润增长。

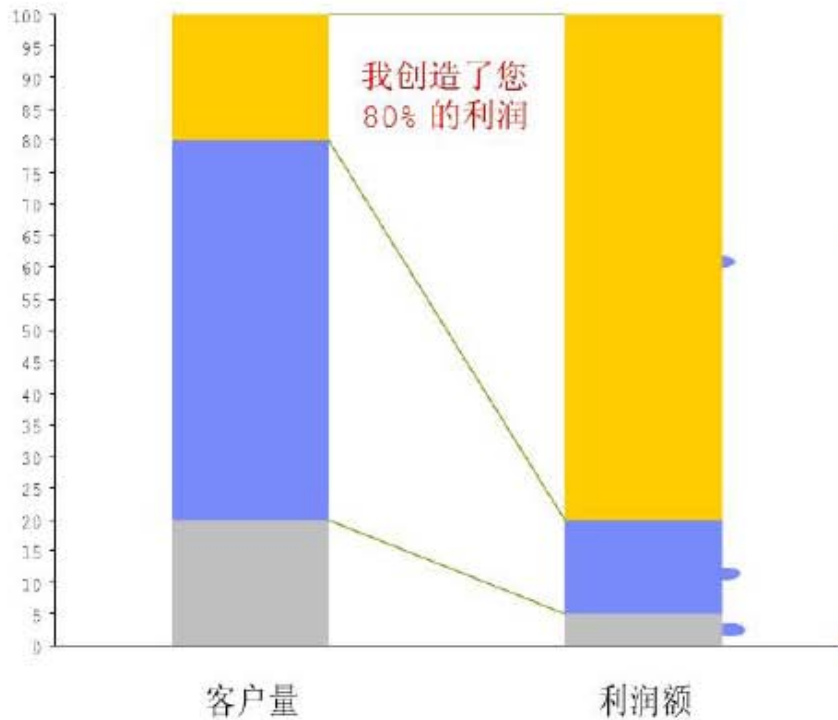
➔ 建立以客户为中心的营销策略



# 客户细分--价值客户

## 销售的客户细分——帮助企业识别不同目标客户的价值

### 一个企业的典型客户组合模式



### 客户细分指导内容

我们如何才能保有高度盈利客户并维持他们的消费水平，进而吸引更多这类客户？

我们如何能够使这类客户像高度盈利客户一样消费？

我们如何能经济地为不盈利客户提供服务？

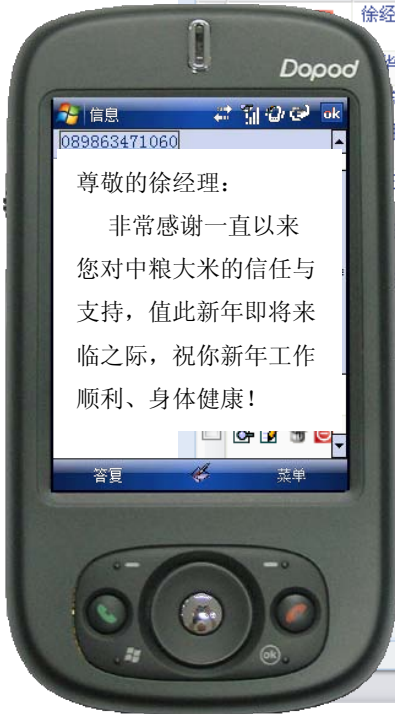


许多的管理者缺乏对个体客户或者客户群具有怎样的潜在获利可能（不可获利）的基本知识。

- 高度盈利客户
- 一般盈利客户
- 不盈利客户



# 通过短信、邮件方式进行客户关怀



**用友 Turbo CRM**

桌面 | 个人信息 | 电子邮件 | 手机短信 | 退出

您好 administrator! 今天是 2009-02-09

线索 | 客户 | 联系人 | 市场管理 | 销售管理 | 订单 | 服务 | 资源中心 | 客户调查 | 报表分析

**联系人**

新建 | 列表查询 | 布局 | 加入收藏 | 统计分析 | 批量更新 | 批量删除 | 导入 | 导出 | 打印 | 发送邮件 | **发送短信** | 一般行动 | 会议行动 | 电话行动

定制查询 | 高级查询 | 统计

操作	姓名	客户
	徐经理	武汉世纪华公司
	...	...
	...	世纪天华
	...	世纪天华
	...	世纪天华
	...	世纪天华
	...	世纪天华
	...	世纪天华
	...	世纪天华
	...	世纪天华
	...	世纪天华

**短信行动**

预览

保存 | 保存并查看 | 保存并新建 | 保存并发送 | 取消

名称: 新年问候

计划开始时间: 2009-01-01 16:30:00 | 计划结束时间: | 指派给: administrator

开始时间: | 结束时间: | 状态: 未开始

关联到: | 关联对象阶段: | 联系人: 已加入相关对象列表

客户: 已加入相关对象列表

动作: | 提醒到桌面:

短信帐户: | 提前提醒: | 模板: |

短信内容: 客户-修改人

描述: 尊敬的({Contact.Salutation}), 非常感谢您一直以来对用友TurboCRM的信任和支持, 在此新年即将到来之际, 祝您新年工作顺利、身体健康! 用友公司({Account.ModifiedBy})

费用项目 | 发生费用 | 批准费用 | 摘要

保存 | 保存并查看 | 保存并新建 | 保存并发送 | 取消

版权所有: 用友软件股份有限公司 UFIDA (C) 2008. 保留所有权利。

# 目 录



企业化的客户资源管理



分销通路管理



促销活动管理



营销费用管理



销售团队管理

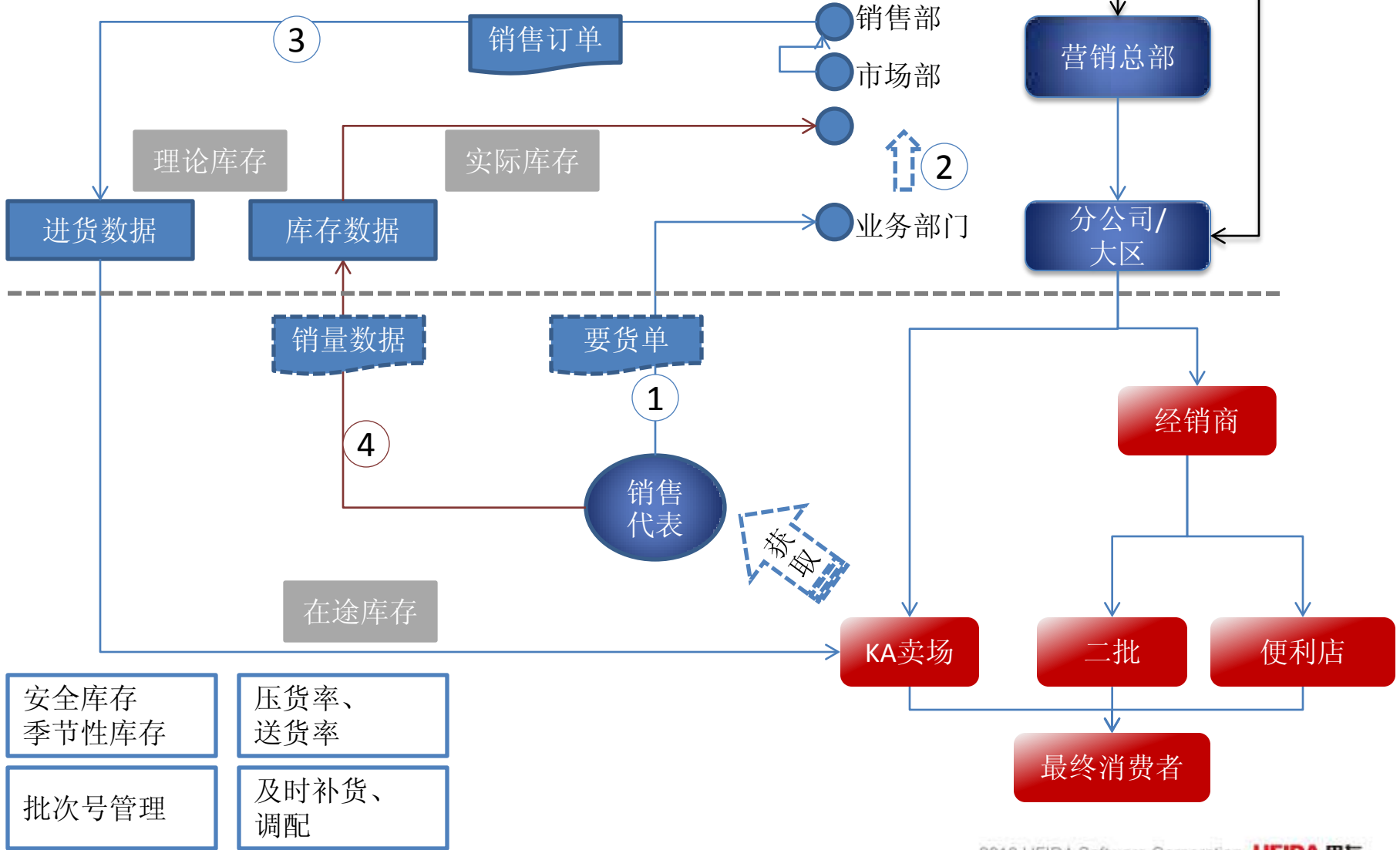


多角度量化决策支持分析



# 通路数据管理流程

上报周期：理货员或销售代表根据管理周期要求进行上报；  
 上报方式：固定表格、直接登录系统、PDA、POS直连；  
 上报数据控制：按照一定的规则进行数据点的控制



- 安全库存
- 季节性库存
- 批次号管理
- 压货率、送货率
- 及时补货、调配

# 销售订单管理



生产商销售订单（发货）数据对应到一级经销商、终端零售商的进货数据

用友TurboCRM - Windows Internet Explorer  
http://123.127.98.25/contract/contractedit.php?IsPopWindow=1&type=2033

### 订单

保存 保存并查看 保存并新建 取消 获取最新价格表价格

订单编号	SO-200912150001	销售组织	
订单日期	2009-10-16	库存组织	
主题	家乐福环球店五周年活动		
客户	家乐福环球店	开票单位	
收货地址			
部门	南京办	业务员	administrator
币种	人民币	汇率	1
价格表	家乐福促销价格表	外币金额	59000
订单数量	5	订单金额	59000
交付日期		已交付数量	
收款金额		税后毛利	-81000
仓库			
签字日期		客户签字日期	
签字人		客户签字人	
职务		客户签字人职务	
描述			

产品	计量单位	折扣	基价	价格表价格	产品数量	在途库存	金额	备注	赠品是否开票	可用库存	客户单
福临门香米	吨	0%	5000	¥ 4,500.0000	10	40	40000	百赠三	<input type="checkbox"/>	20,000	16
福临门东北米	吨	0%	3000	¥ 2,700.0000	5	38	19000	特价	<input type="checkbox"/>	20,000	16
		0%	0	0	0	0	0		<input type="checkbox"/>		

版权所有：用友软件股份有限公司 UFIDA(C) 2008-2009。保留所有权利。

校验客户库存，提醒订货量是否符合最低订货量和订货异常

订单管理

数据上报

数据导入规则

营销通路数据分析



# 渠道销量数据录入



用友 Turbo CRM

桌面 | 个人信息 | 电子邮件 | 手机短信 | 登出

您好 administrator! 今天是 2009-12-06

全文检索

客商信息 销售管理 订单 人员信息 互动平台 报表分析 资源中心 客户调查 市场管理 服务 费用管理 客商库存管理 各类申请 卖场竞品销量表 导购员工资 出差申请单

客商分类 直营 省市 江苏省 大区 苏北大区

地级市 南京市 所属经销商 录入周期 一周

根据渠道的进出货情况，进行上报数据的逻辑校验和控制

客商收发货地址 开户银行

发货地址名称	联系人	电话	是否默认地址	所属地区	地点
1 南京市解放路55...			<input checked="" type="checkbox"/>	苏果超市	

最新评论 (0)

员工 (>100)

负责部门 (>100)

版权所有：用友软件股份有限公司 UFIDA(C) 2008-2009。保留所有权利。

订单管理

数据上报

数据导入规则

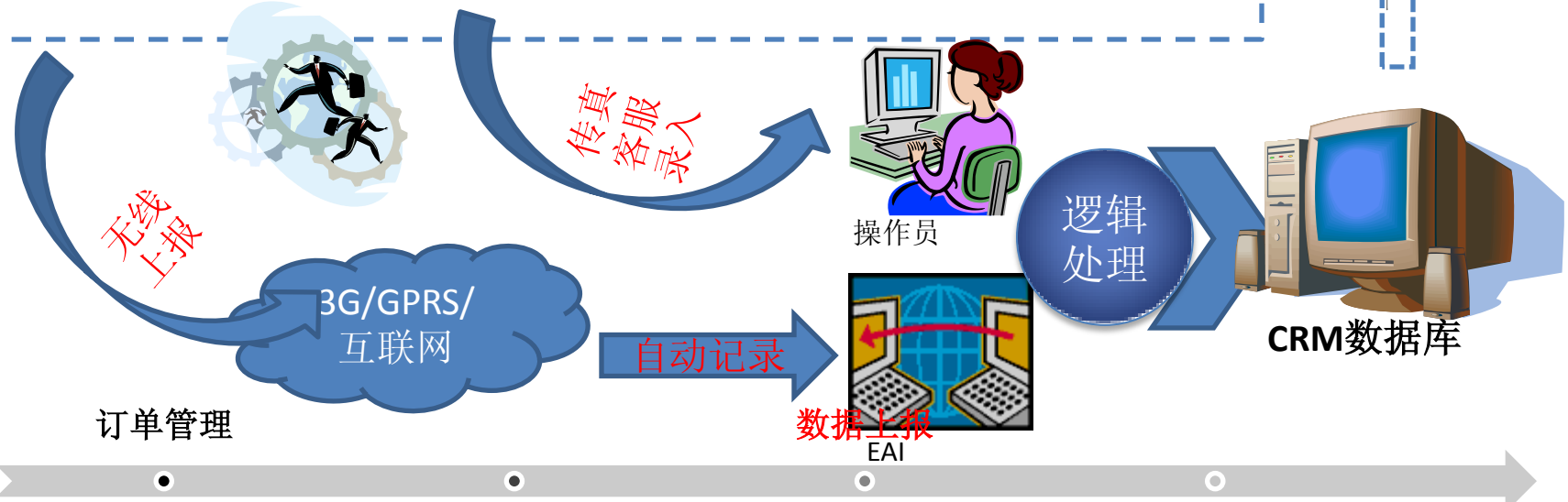
通路数据分析

# 数据通过PDA、在线、EXCEL、传真上报，实现条码采集



门店	竞品		周期	品种	价格	销量
家乐福A			周	福临门大米	4.6	12
家乐福A			周	东北大米	3.2	8
家乐福A	福州隆		周	泰香米	3.7	6.7
家乐福A	福州隆	堆头	周	泰香米	3.7	6.7
经销商福			月	东北大米	3.15	17

客户信息、产品信息、报价、订单状态等  
 下载、上传同步



数据导入规则

通路数据查询/分析

# 渠道销量数据上报情况统计



用友 Turbo CRM

桌面 | 个人信息 | 电子邮件 | 手机短信 | 退出

您好 administrator! 今天是 2009-12-06

全文检索

线索 | 客商信息 | 销售管理 | 订单 | 人员信息 | 互动平台 | 报表分析 | 资源中心 | 客户调查 | 市场管理 | 服务 | 费用管理 | 客商库存管理 | 各类申请 | 卖场竞品销量表 | 导购员工资 | 出差申请单

菜单

- 客商管理系统
  - 线索
  - 客商信息
  - 销售管理
  - 订单
  - 人员信息
  - 互动平台
  - 报表分析
  - 资源中心
  - 客户调查
  - 市场管理
  - 服务
  - 费用管理
  - 客商库存管理
  - 各类申请
  - 卖场竞品销量表
  - 导购员工资
  - 出差申请单

最近查看

- 11
- 200911200001
- 200911200001
- 200911180004

单据号	部门编号	业务员	客户	自然周	单据开始日期	单据结束日期	备注	单据状态	所属经销商	客户属性
1	DM02091...	常州办	王子洲	南京悦家超市有限公司大桥店(家乐福)	1	2008-12-29	2009-01-04		已上报	直营
2	DM02091...	常州办	王子洲	南京悦家超市有限公司大桥店(家乐福)	2	2009-01-05	2009-01-11		已上报	直营
3	DM02091...	常州办	王子洲	南京悦家超市有限公司大桥店(家乐福)	3	2009-01-12	2009-01-18		已上报	直营
4	DM02091...	常州办	王子洲	南京悦家超市有限公司大桥店(家乐福)	4	2009-01-19	2009-01-25		已上报	直营
5	DM02091...	常州办	王刚雷	苏果超市有限公司	1	2008-12-29	2009-01-04		已上报	直营
6	DM02091...	常州办	王刚雷	苏果超市有限公司	2	2009-01-05	2009-01-11		已上报	直营
7	DM02091...	常州办	王刚雷	苏果超市有限公司	3	2009-01-12	2009-01-18		已上报	直营
8	DM02091...	常州办	王刚雷	苏果超市有限公司	4	2009-01-19	2009-01-25		已上报	直营

上次库存数量	存货编码	存货名称	规格	型号	主计量单位	辅计量单位	换算率	经销门店进货数量	本周库存数量	本周库存辅数量
1	10.0000	WYD10001	五湖优质东北大米10kg	10kg*1	二线	吨	件	0.0100	10.0000	1000.0000

附件 (0) 新建

评论 (0)

员工 (>100)

负责部门 (>100) 更多

版权所有：用友软件股份有限公司 UFIDA(C) 2008-2009。保留所有权利。

客商通路库  
存统计表

订单管理

数据上报

数据导入规则

通路数据查询/分析

# 渠道通路数据统计



**用友 Turbo CRM**

您好 administrator! 今天是 2009-12-06

全文检索

线索 客商信息 销售管理 订单 人员信息 互动平台 报表分析 资源中心 客户调查 市场管理 服务 费用管理 客商库存管理 各类申请 卖场竞品销量表 导购员工资 出差申请单

菜单

- 客商管理系统
  - 线索
  - 客商信息
  - 销售管理
  - 订单
  - 人员信息
  - 互动平台
  - 报表分析
  - 资源中心
  - 客户调查
  - 市场管理
  - 服务
  - 费用管理
  - 客商库存管理
  - 各类申请
  - 卖场竞品销量表
  - 导购员工资
  - 出差申请单

最近查看

- 11
- 200911200001
- 200911200001
- 200911180004

**预算政策**

	自然周	公司名称	客户名称	客户属性	存货名称	存货编码	规格	类型	主	生产日期	进货量	销售量	库存数	在途订单
1	1	南京分公司	苏果超市...	直营	五湖优质...	WYD10001	10kg*1	二线	吨	200810	31.75	31.75	10.00	0.00
2	2	南京分公司	苏果超市...	直营	五湖优质...	WYD10001	10kg*1	二线	吨	200810	105.77	105.77	10.00	40.00
3	3	南京分公司	苏果超市...	直营	五湖优质...	WYD10001	10kg*1	二线	吨	200810	37.96	37.96	10.00	0.00
4	4	南京分公司	苏果超市...	直营	五湖优质...	WYD10001	10kg*1	二线	吨	200810	53.69	53.69	10.00	0.00

评论 (0)

员工 (>100)

负责部门 (>100)

版权所有：用友软件股份有限公司 UFIDA(C) 2008-2009。保留所有权利。

客商通路数据监控

订单管理

数据上报

数据导入规则

通路数据查询/分析

# 目 录



企业化的客户资源管理



分销通路管理



促销活动管理



营销费用管理



销售团队管理



多角度量化决策支持分析



# 以客户为中心、活动为主线的促销活动管理

营销资源的计划、执行、经销商奖励的核算、营销费用的计算

## 活动需求



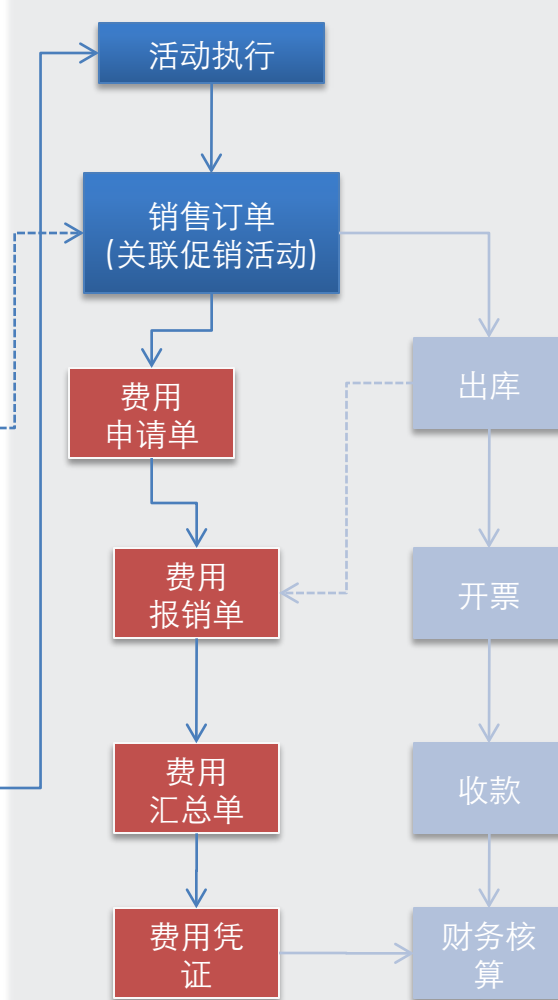
## 计划生成



## 活动方案



## 活动执行



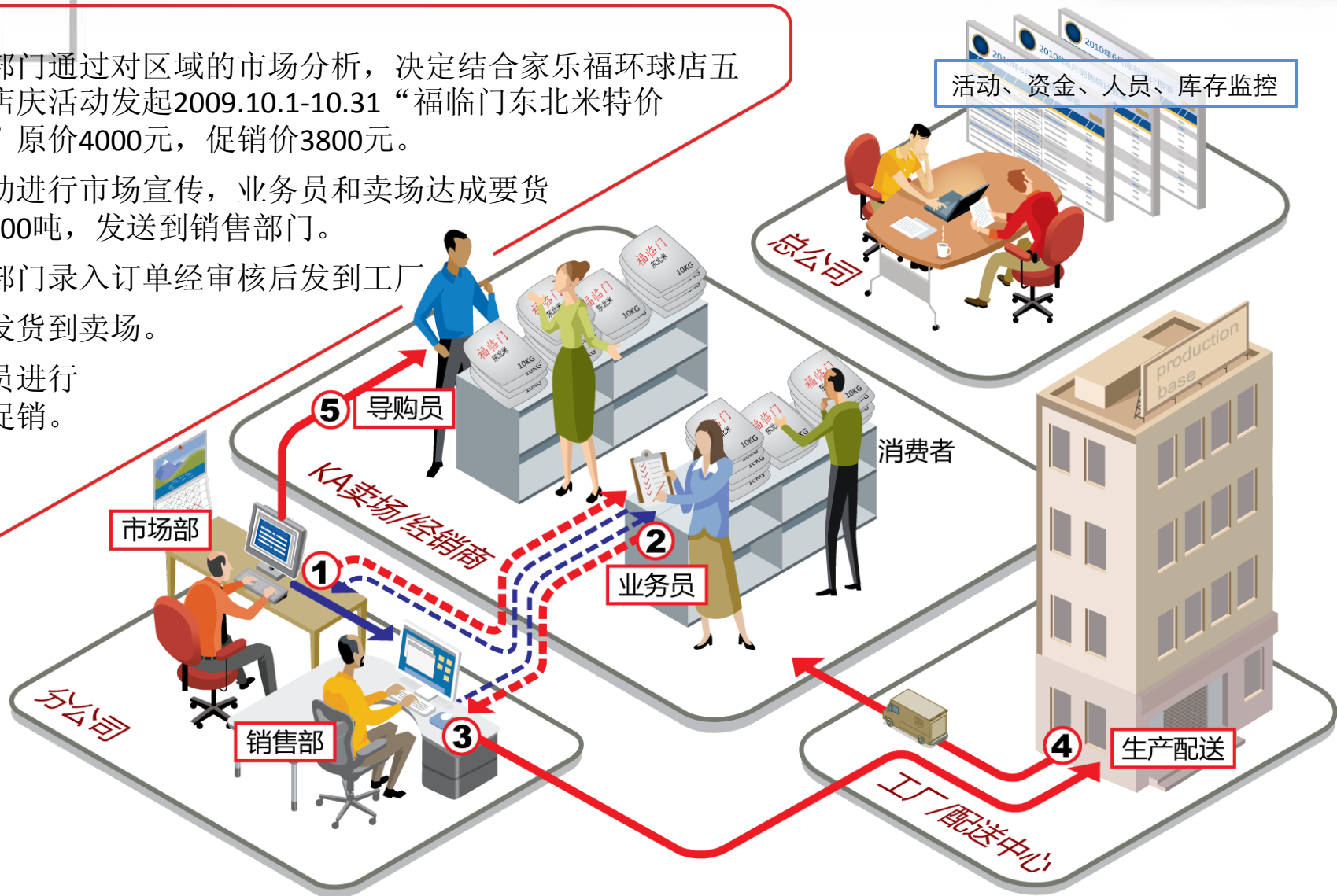
## 分析



# 促销活动与费用管理应用场景模拟



- ① 市场部门通过对区域的市场分析，决定结合家乐福环球店五周年店庆活动发起2009.10.1-10.31“福临门东北米特价促销”原价4000元，促销价3800元。
- ② 对活动进行市场宣传，业务员和卖场达成要货计划100吨，发送到销售部门。
- ③ 销售部门录入订单经审核后发到工厂
- ④ 工厂发货到卖场。
- ⑤ 导购员进行终端促销。



# 促销活动计划制订与审批



用友 TurboCRM

桌面 | 个人信息 | 电子邮件 | 手机短信 | 登出

您好 administrator! 今天是 2009-12-14

搜索 客户 联系人 市场管理 销售管理 订单 服务 资源中心 客户调查 报表分析 会员

### 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

类型:	现场活动	关闭:	否		
名称:	家乐福环球店五周年活动	促销政策价格表:	家乐福五周年活动价格表		
开始日期:	2009-01-01	结束日期:	2009-01-10	部门:	南京分公司市场
预算费用:	¥ 10,000.00	发生费用:	¥ 0.00	批准费用:	¥ 0.00
预计销量:	100.00	预计销售额:	¥ 500,000.00		
目标:	结合家乐福环球店五周年店庆活动, 提高福临门香米的市场销量和占有率				
描述:					
审批状态:	审批通过	审批流程:	活动申请-一级审批-总公司审批		
创建人:	马力	创建时间:	2008-12-04 16:33:25		
修改人:	马力	修改时间:	2009-12-04 16:33:25		

#### 200911200001: 流程图

相关行动 (3)

操作	类型
一般行动	一般行动

客户 (54)

审批历史 (1)

流程 (3)

相关知识 (0)

```
graph LR; Start[开始] --> Admin1[administrator]; Admin1 --> Level1[一级审批]; Level1 --> Admin2[administrator]; Admin2 --> General[总公司审批]; General --> Complete[完成];
```

版权所有: 用友软件股份有限公司 UFIDA(C) 2008-2009. 保留所有权利。

计划制订

活动执行

促销政策

结案分析



# 促销政策维护



用友 Turbo CRM

桌面 | 个人信息 | 电子邮件 | 手机短信 | 退出

全文检索

您好 administrator! 今天是 2009-12-14

线索 | 客户 | 联系人 | 市场管理 | 销售管理 | 订单 | 服务 | 资源中心 | 客户调查 | 报表分析

### 价格表

新建 | 列表查询 | 编辑 | 删除 | 复制 | 打印 | 相关对象

名称:	家乐福环球店五周年促销活动	是否激活:	是
有效期开始日期:	2009-10-12 08:00	有效期结束日期:	2009-10-30 23:00
创建人:	administrator	创建时间:	2009-09-18 16:00
修改人:	administrator	修改时间:	2009-09-21 11:00
描述:			

规范的促销政策设置（数量方式、价格方式）

### 产品 (24)

加入产品 | 编辑全部 | 更多

操作	产品:名称	产品:产品编号	计量单位	使用标准价格	价格表价格	数量价格策略	促销价	数量赠送策略	使用标准兑换积...	兑换积分
	福临门香米			<input type="checkbox"/> 5000	¥ 4,500.0000			100:3	<input type="checkbox"/>	0.00
	福临门东北米			<input type="checkbox"/> 4000	¥ 3,800.0000	5:21.6;10:18.9;	¥ 3,800.0000		<input type="checkbox"/>	0.00
	五湖苏北米			<input type="checkbox"/> 4500	¥ 5,000.0000	100:4030;200:4010;	¥ 5,000.0000		<input type="checkbox"/>	0.00
	福临门糙米			<input type="checkbox"/> 6000	¥ 5,400.0000			100:3	<input type="checkbox"/>	0.00

### 员工 (12)

加入员工 | 更多

### 客户类型 (0)

加入客户类型

### 客户 (54)

加入客户 | 从收藏夹加入 | 更多

版权所有：用友软件股份有限公司 UFIDA(C) 2008-2009。保留所有权利。

完成

计划制订

活动执行

促销政策

结案分析

# 促销活动执行过程管理



**用友 Turbo CRM**

桌面 | 个人信息 | 电子邮件 | 手机短信 | 退出

您好 administrator! 今天是 2009-12-14

线索 | 客户 | 联系人 | 市场管理 | 销售管理 | 订单 | 服务 | 资源中心 | 客户调查 | 报表分析 | 会员

### 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

类型:	现场活动	关闭:	否
名称:	家乐福环球店五周年活动	促销政策价格表:	家乐福五周年活动价格表
开始日期:	2009-01-01	结束日期:	2009-01-10
预算费用:	¥ 10,000.00	发生费用:	¥ 0.00
预计销量:	100.00	预计销售额:	¥ 500,000.00
部门:	南京分公司市场		
批准费用:	¥ 0.00		
目标:	结合家乐福环球店五周年店庆活动, 提高福临门香米的市场销量和占有率		
描述:			
审批状态:	审批通过	审批流程:	活动申请-一级审批-总公司审批

图片	图片名称	上传时间	图片分类	图片描述	图片大小	上传员工	锁定员工	操作
	力丰烟酒	2009-07-15			1,196,150	张汉清		
	力丰烟酒1	2009-07-15			1,195,338	张汉清		
	力丰烟酒	2009-07-15			1,196,150	张汉清		

计划制订

活动执行

促销政策

结案分析

# 市场活动效果分析



计划制订

活动执行

促销政策

结案分析

# 目 录



企业化的客户资源管理



分销通路管理



促销活动管理



营销费用管理



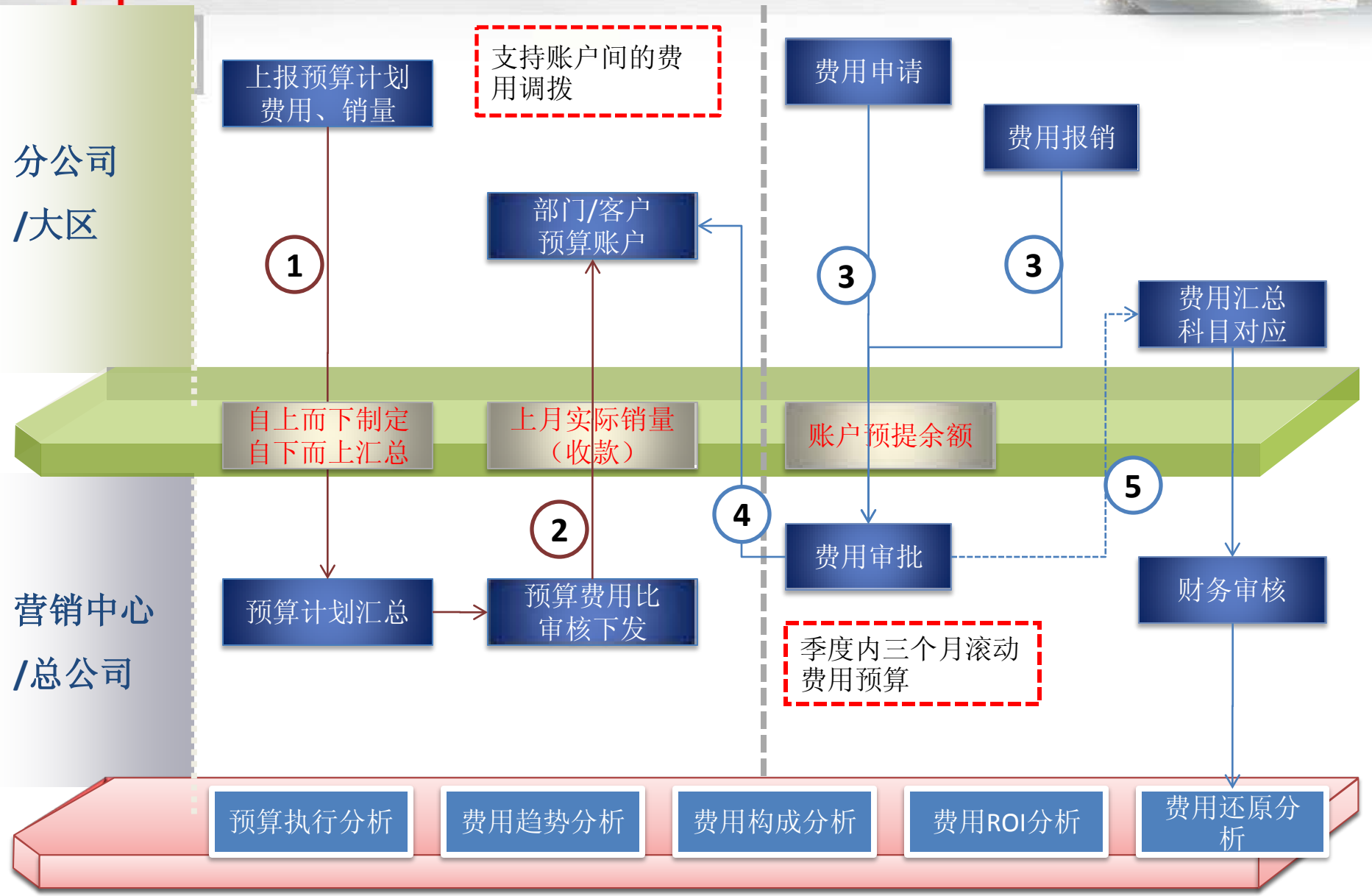
销售团队管理



多角度量化决策支持分析



# 营销费用管控流程



# 费用预算生成

用友 Turbo CRM

全文检索

您好 administrator! 今天是 2009-11-19

线索 客商信息 销售管理 订单 人员信息 互动平台 报表分析 资源中心 客户调查 市场管理 客商库存管理 服务 费用管理 各类申请

菜单

- 客商管理系统
  - 线索
  - 客商信息
  - 销售管理
  - 订单
  - 人员信息
  - 互动平台
  - 报表分析
  - 资源中心
  - 客户调查
  - 市场管理
  - 服务
  - 客商库存管理
  - 费用管理
  - 各类申请
  - 卖场竞品销量表
  - 导购员工资
  - 出差申请单

最近查看

快速新增

设置

预算政策细则: 哈尔滨分公司

保存 导入 导出 取消

预算分配部门	一级科目	成人粉系列	珍益系列	恩聪系列	安力聪系列	元乳系列	育儿系列	乳珍系列
1 奶粉KA部	常规费用	4.00%	6.00%	5.00%	6.00%	5.00%	4.00%	2.00%
2	促销费用	1.00%	3.00%	2.00%	4.00%	4.00%	3.00%	1.00%
3	进场费用	1.00%	2.00%	1.00%	4.00%	2.00%	2.00%	1.00%
4	制作费用	1.00%	1.00%	1.00%	1.00%	1.00%	1.00%	0.00%
5	客情费用	1.00%	0.00%	0.00%	1.00%	1.00%	1.00%	0.00%
6 奶粉销售部	常规费用	4.00%	4.00%	6.00%	5.00%	5.00%	5.00%	3.00%
7	促销费用	2.00%	2.00%	2.00%	4.00%	3.00%	3.00%	2.00%
8	进场费用	1.00%	1.00%	2.00%	2.00%	2.00%	3.00%	2.00%
9	制作费用	1.00%	1.00%	1.00%	1.00%	2.00%	1.00%	1.00%
10 奶粉市场部	活动策划	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
11 奶粉营养教育中...	常规费用	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
12 奶粉物流部	常规费用	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

保存 导入 导出 取消

版权所有：用友软件股份有限公司 UFIDA(C) 2008-2009。保留所有权利。

Internet 100%

费用预算制订

费用申请

费用分析

费用预算分配

费用报销

# 费用预算分配至下级

用友 Turbo CRM

桌面 | 个人信息 | 电子邮件 | 登出

全文检索

您好王瑜! 今天是 2009-11-19

客商信息 | 销售管理 | 订单 | 人员信息 | 互动平台 | 报表分析 | 资源中心 | 客商库存管理 | 费用管理 | 卖场竞品销量表 | 导购员工资

菜单

- 客商管理系统
  - 客商信息
  - 销售管理
  - 订单
  - 人员信息
  - 互动平台
  - 报表分析
  - 资源中心
  - 客商库存管理
  - 费用管理
  - 卖场竞品销量表
  - 导购员工资

快速查询

- 今日新增
- 本周新增
- 本月新增
- 全部

最近查看

- 200911180004
- sfsf
- 发的身份是
- 200911180006
- 高红燕
- 200911180005
- 200911180003
- 200911180002
- 200911180001
- 200911180001
- 200911180004
- 200911170004

客户

取消

客户	本级费用比率	是否填写标志
1 哈尔滨益康食品经销有限公司	制定本级比率	Y
2 哈尔滨市道外区新北华食品经销部	制定本级比率	Y
3 哈尔滨市道里区红孩子母婴用品商行	制定本级比率	Y
4 牡丹江市嫩桥乳业经销处	制定本级比率	
5 扎兰屯市新南南商店	制定本级比率	
6 哈尔滨市南岗小食品批发市场C栋1...	制定本级比率	
7 克山县鑫康泰福食品商店	制定本级比率	
8 海伦市顶好食品经销有限责任公司	制定本级比率	
9 龙江县宏建食品批发部	制定本级比率	
10 五常市万客隆超市	制定本级比率	
11 克东集联食品店	制定本级比率	
12 兰西县同利史家食杂批发部	制定本级比率	
13 富裕县好孩子孕婴用品	制定本级比率	
14 齐齐哈尔市东联商贸有限责任公司	制定本级比率	
15 扎区育达食品超市	制定本级比率	
16 林口县林口镇康悦新鲜奶站	制定本级比率	
17 绥化市乐达食品经销有限公司	制定本级比率	
18 望奎县望奎镇盈利食品经销部	制定本级比率	
19 肇洲县廉价食品批发部	制定本级比率	
20 甘南金利批发部	制定本级比率	
21 大庆美霞经贸有限公司	制定本级比率	
22 绥化市志同乳品经销有限公司	制定本级比率	
23 依安县三洋食品店	制定本级比率	
24 肇源县肇源镇聪慧食杂店	制定本级比率	
25 拜泉县家家乐超市	制定本级比率	

版权所有：用友软件股份有限公司 UFIDA(C) 2008-2009。保留所有权利。

费用预算制订

费用申请

费用分析

费用预算分配

费用报销

# 预算帐户管理



### 预算政策

新建 列表查询 复制 打印 失效 预算下发

预算政策名称: AA预算  
依据对象: 部门  
业务机构: 哈尔滨分公司  
依据字段: 部门  
部门: 哈尔滨分公司  
计提周期: 月  
计提比率控制方式: 按比率  
描述: 部门

#### 预算下发

年: 2009  
月: 8  
 结转

确认 取消

### 预算帐户

列表查询 布局 打印

定制查询 高级查询 统计

操作	预算帐户名称	所属对象类...	所属对象	帐户总额	可用余额	本级费用限额	机构费用限额	本期调入
<input type="checkbox"/>	哈尔滨分公司-2009年-11月	部门	哈尔滨分公司	¥ 12,859.68	¥ 12,859.68	¥ 12,859.68	¥ 40,805.04	¥ 0.00
<input type="checkbox"/>	哈尔滨市道外区新华食品经销部-2009年-11月	客商信息	哈尔滨市道外区新华食品经销部	¥ 1,000.00	¥ 1,000.00	¥ 0.00	¥ 0.00	¥ 1,000.00
<input type="checkbox"/>	哈尔滨益康食品经销有限公司-2009年-11月	客商信息	哈尔滨益康食品经销有限公司(哈尔滨)	¥ 0.00	¥ 16,200.00	¥ 16,200.00	¥ 0.00	¥ 0.00
<input type="checkbox"/>	哈尔滨市道里区红孩子母婴用品商行-2009年-11月	客商信息	哈尔滨市道里区红孩子母婴用品商行	¥ (1,000.00)	¥ 7,745.36	¥ 11,745.36	¥ 0.00	¥ 0.00

费用预算制订

费用申请

费用分析

费用预算分配

费用报销







# 费用申请与审批

费用申请单

保存
保存并查看
保存并新建
取消

申请单号	200911180004	申请金额	3600
预算帐户	哈尔滨市道里区红孩子母婴用品		
客商	哈尔滨市道里区红孩子母婴用品		
部门	哈尔滨分公司	所有者	王瑜1
审批状态	审批未通过	审批流程	费用申请一级审批
描述			

费用项目: 费用...	费用项目	金额	恩聪系列	成人粉	珍益系列	乳珍婴儿粉系列	安
1201	陈列费	2000	200	200	600	200	
1202	堆头费	1000	100	100	300	100	
1203	端架费	600	60	60	180	60	

保存
保存并查看
保存并新建
取消

版权所有：用友软件股份有限公司 UFIDA(C) 2008-2009。保留所有权利。

完成 Internet 100%

费用预算制订

费用申请

费用分析

费用预算分配

费用报销

# 费用报销与核销

费用报销

列表查询 相关对象

一:	--	费用申请单:	200911180003
报销金额:	¥ 2,500.00	费用申请单: 申请金额:	¥ 3,000.00
部门:	哈尔滨分公司	报销人:	王瑜1
审批状态:	审批通过	审批流程:	费用报销一级审批
描述:			

附件 (0)

评论 (0)

变动历史 (0)

员工 (1)

费用明细 (2)

费用项目	报销金额
堆头费	¥ 1
陈列费	¥ 1

负责部门 (1)

审批历史 (1)

审批阶段	审批流程
报销审批	费用报销

费用汇总

高级查询 统计

市场活动 包含  客户 =  查询

订单日期 晚于  业务员 =

费用

<input type="checkbox"/>	产品	费用项目	摘要	发生费用	批准费用	审核状态	对应财务科目	辅助核算项
<input type="checkbox"/>	其他出库	福临门香米	百赠费用	13500.00	13500.00	已审核	百赠费用	南京办
<input type="checkbox"/>	不入总账	福临门东北米	特价费用	1000.00	1000.00	已审核	特价费用	
<input type="checkbox"/>	常规费用		礼品	280.00	280.00	已审核	办公用品	

费用汇总 生成凭证

费用凭证

<input type="checkbox"/>	费用项目	日期	凭证号	摘要	借方	贷方	制单人	状态
<input type="checkbox"/>	百赠费用	2009-10-30	记账凭证-212	订单百赠三	13500.00			已审核
<input type="checkbox"/>	特价费用	2009-10-30	记账凭证-213		1000.00			已审核
<input type="checkbox"/>	礼品	2009-10-30	记账凭证-211		280.00			未审核
<input type="checkbox"/>	银行存款	2009-10-30	记账凭证-212			13500.00		已审核
<input type="checkbox"/>	银行存款	2009-10-30	记账凭证-213			1000.00		未审核

保存 保存并查看 取消

版权所有：用友软件股份有限公司 UFIDA(C) 2008-2009。保留所有权利。

费用预算制订

费用申请

费用分析

费用预算分配

费用报销

# 营销费用分析



用友 Turbo CRM
CRM KEY (A) (E) (S)

桌面 登出

您好杨洋! 今天是 2009-07-29

客户价值挖掘 客户金字塔 联系人金字塔 线索金字塔 员工金字塔

2010年按分公司预算分析

2010年按费用类型预算分析

各分公司预算费用明细

(1,1)	分公司	部门	促销推广	形式概述	费用类型	客户名称	品类	预计收入	费用	费用率
1	广东分公司	KA渠道	生动化陈列	终端生动化	常规陈列	沃尔玛	福临门东北米	615.96	7.7	0.22
2	广东分公司	KA渠道	生动化陈列	终端生动化	新品陈列	沃尔玛	福临门东北米	25	0.3	0.03
3	广东分公司	KA渠道	消费者促销	试吃+绑赠	场地费	家乐福	福临门稻花香	227.055	1.7	0.05
4	广东分公司	KA渠道	消费者促销	试吃+绑赠	场地费	家乐福	福临门水晶米	153.65	0.3	0.02
5	广东分公司	KA渠道	消费者促销	试吃+绑赠	促销赠品	家乐福	福临门稻花香	416.76	5.7	0.25
6	广东分公司	KA渠道	消费者促销	试吃+绑赠	促销赠品	家乐福	福临门水晶米	217.45	3.7	0.15

完成
本地 Intranet
100%

费用预算制订

费用申请

费用分析



费用预算分配

费用报销

# 目 录



企业化的客户资源管理



分销通路管理



促销活动管理



营销费用管理



销售团队管理



多角度量化决策支持分析

# 销售团队管理



## 销售团队管理

- ◇ 销售团队管理
- ◇ 巡访计划管理
- ◇ 销售计划管理
- ◇ 销售提成管理

用友 Turbo CRM

桌面 | 个人信息 | 电子邮件 | 手机短信 | 项目销售 | 设备报修 | 知识 | 退出

您好 administrator! 今天是 2009-04-02

线索 | 客户 | 联系人 | 市场管理 | 销售管理 | 订单 | 服务 | 资源中心 | 客户调查 | 报表分析

### 员工: 日程

2008-12

其他员工的日程

周日	周一	周二	周三	周四	周五	周六
30	01	02	03	04	05	06
7	杜海芳: [14:35--14:35] 机会查重	张天刚: [15:15--23:59] 审核通过进入下一阶段			杜海芳: [14:40--23:59] 对销售机会进行评估 杜海芳: [14:45--23:59] 机会分配给其他	
07	08	09	10	11	12	13
7	赵文: [14:54--23:59] 同客户约好下周一进行需求调研					
14	15	16	17	18	19	20
7						
21	22	23	24	25	26	27
7						
28	29	30	31	01	02	03
7						

版权所有: 用友软件股份有限公司 UFIDA (C) 2008. 保留所有权利。

本地 Intranet 100%





# 销售计划管理

销售计划：按区域部门、销售代表、客户等制定年计划和月度计划

用友 Turbo CRM

桌面 | 个人信息 | 电子邮件 | 手机短信 | 登出

全文检索

您好 administrator! 今天是 2009-07-12

线索 | 客商信息 | 销售管理 | 费用管理 | 订单 | 人员人事管理 | 互动平台 | 报表分析 | 资源中心 | 客户调查 | 市场管理 | 服务 | 客商库存管理

## 销售计划

新建 | 列表查询 | 编辑 | 删除 | 复制 | 打印 | 相关对象 | 制订计划 | 生成子计划

名称:	2009年销售计划分月汇总表
对象类型:	订单明细
上级计划:	
负责部门:	总部
所有者:	ufsys
备注:	

### 子计划(1)

操作	名称
	2009年销售计划分月汇总表-哈尔滨分公司一级子计划
	2009年销售计划分月汇总表-天津分公司一级子计划



# 销售计划与达成情况分析

目标达成情况分析、辅助销售经理进行关键计划的跟进和指导

用友 Turbo CRM

桌面 | 个人信息 | 电子邮件 | 手机短信 | 退出

您好 administrator! 今天是 2009-02-09

线索 | 客户 | 联系人 | 市场管理 | 销售管理 | 订单 | 服务 | 资源中心 | 客户调查 | 报表分析

销售分析: 北京分公司年度各业务部门产品销售计划

过滤条件 | 返回

金额(SUM)	数码产品		PC产品		大型设备		配件	
	计划值	实际值	计划值	实际值	计划值	实际值	计划值	实际值
商用销售	0	0	0	0	0	0	0	0
金融	0	0	15000000	2149200	20000000	1701000	0	156000
政府	0	1912000	10000000	740000	15000000	16160000	0	
其他	0	10941000	20000000	10115500	25000000	0	0	0
民用	0	0	0		0	0	0	0
门店	28000000	29598000	36000000	43440000	0	0	0	198000
网络	5000000	0	5000000	8600	0	0	0	14400

版权所有 用友软件股份有限公司 UFIDA (C) 2006。保留所有权利。

完毕 | 可信站点



# 销售代表拜访线路图及分析



区域/机构	下级区域/机构	目标联系人	客户	拜访时间	具体计划	拜访次数	进场产品	销售额	投入产出
上海分公司	沪西办事处	2	家乐福		1、销售计划 2、营销计划 3、新产品计划	按拜访完成数 计算	产品1	按客户进货计算	
							产品2		
			产品n						
			品牌广告元素		上下线时间	目前情况			
			沃尔玛			按拜访完成数 计算	产品1	按客户进货计算	
							产品2		
							产品n		
深圳分公司	南山办事处	3	沃尔玛			按拜访完成数 计算	产品1	按客户进货计算	
							产品n		

区域/机构	下级区域/机构	客户级别	客户数量	所占比例	拜访客户数	覆盖率	拜访次数客户分布					
							0次	1次	2次	3次	4次	>4次
上海分公司	沪西办事处	A	106	22.84%	38	35.85%	18	12	9	25	14	28
		B	126	27.16%	44	34.92%	22	14	11	29	17	33
		C	121	26.08%	43	35.54%	21	14	10	28	16	32
		D	111	23.92%	40	36.04%	19	12	9	26	15	30
		小计	464	100.00%	165	35.56%	80	52	39	108	62	123
	沪东办事处											



# 员工管理——日常工作报告



## 员工工作报告

- ◇ 数据方式汇总
- ◇ 报告方式提交

**用友 Turbo CRM**

桌面 | 个人信息 | 电子邮件 | 手机短信 | 退出

您好 administrator! 今天是 2009-02-09

客户 | 联系人 | 市场管理 | 销售管理 | 订单 | 服务 | 资源中心 | 客户调查 | 报表分析

### 工作报告

新建 | 列表查询 | 编辑 | 删除 | 复制 | 打印 | 相关对象

主题:	我的工作报告		
类型:	员工工作报告		
开始日期:	2008-01-01	结束日期:	2008-12-31
创建人:	杜海芳	创建时间:	2008-12-31 16:00:58
修改人:	杜海芳	修改时间:	2008-12-31 16:01:54
摘要:			

销售机会		报价	
新增个数	106	新增个数	1
新增机会预期金额	¥ 134,907,600.00	报价单金额	¥ 280,500.00
新增机会加权金额	¥ 495,900.00		
成功机会数	0	订单	
失败机会数	0	新增个数	55
行动完成个数	0	收款金额	¥ 0.00
销售进展情况	124	订单金额	¥ 23,330,500.00
新建 新增个数	23	有效金额	¥ 0.00
机会识别 新增个数	32	销售预期	
需求分析 新增个数	20	未来一周	8
方案制定 新增个数	8	未来两周	8
方案内审 新增个数	9	未来一月	18
投标 新增个数	6	未来两月	33
商务谈判 新增个数	5	未来三月	108
合同签订 新增个数	6		
项目休眠 新增个数	3		
项目失败 新增个数	8		
成功结束 新增个数	4		

完毕

2010 UFIDA Software Corporation **UFIDA 用友** 可信站点



# 员工管理——销售团队工作协同



## 员工协同工作

- ◇ 客户、行业
- ◇ 销售机会
- ◇ 合同类别
- ◇ 服务类别



**用友 Turbo CRM**

全文检索

客户 ▾ 联系人 ▾ 市场管理 ▾ 销售管理 ▾ 合同管理 ▾ 收支管理 ▾ 服务 ▾ 资源中心 ▾ 报表分析 ▾

主面板 发货发票信息

主题: 高级人才(猎头)招聘

合同编号: 200907160001 联系人: 李晓铃

客户: 世纪天华有限公司

报价数量: 5.00 价格表: 标准价格表

合同签订日期: 2009-07-16 合同来源: 人才招聘

服务开始日期: 桌面: 杨洋

合同付款日期:

实际付款日期:

部门:

描述:

日程

提醒

主题	距离完成期限
[合同管理]高级人才(猎头)招聘:目前是阶段"部门审核"计划开始时间后的第3天	3小时
领导审批 (2009-07-21 11:17)	7小时
世纪天华集团人事代理服务报价 (2009-07-20 21:35)	18小时
[销售机会]人事代理服务:目前是阶段"机会评估"计划开始时间后的第2小时	2天
[销售机会]人事代理服务:目前是阶段"机会评估"计划开始时间后的第2小时	2天

新建 → 法务审核 → 部门审核 → 领导审批 → 合同签订

提醒设置 (1)

操作	名称	状态	事件类型	时间字段	间隔时间	间隔单位
	部门领导审批合同	部门审核	早于	计划开始时间	1	小时



# 员工管理——工作移交

## 员工工作移交

- ◇ 客户、行业
- ◇ 销售机会
- ◇ 合同类别
- ◇ 服务类别

用友 Turbo CRM

桌面 | 个人信息 | 电子邮件 | 手机短信 | 退出

您好 administrator! 今天是 2009-02-09

线索 | 客户 | 联系人 | 市场管理 | 销售管理 | 订单 | 服务 | 资源中心 | 客户调查 | 报表分析

### 工作移交

工作移交 | 取消

**移交设置**

移交负责员工  
 移交相关及负责员工

**移交对象**

客户 条件  
 销售机会 条件  
 市场活动 条件  
 资源 条件  
 服务计划 条件

**移交员工**

原始员工 刘建

工作移交 | 取消

**客户**

所有者	部门	客户编号	名称
杜海芳	北京商用销售部	6-00000001	世纪天华(集团)有
杜海芳	北京商用销售部	6-00000002	广州新律程网络科
杜海芳	北京商用销售部	6-00000006	武汉博盈信息科技有
杜海芳	北京商用销售部	6-00000007	聚军信息科技有限公司
杜海芳	北京商用销售部	6-00000008	重庆信通网络科技有
杜海芳	北京商用销售部	6-00000009	重庆市合兴达科技有
杜海芳	北京商用销售部	6-00000010	成都全盈美艺服务有
杜海芳	北京商用销售部	6-00000011	深圳市还家人力资源
杜海芳	北京商用销售部	6-00000012	市下展益融及客户服
杜海芳	北京商用销售部	6-00000013	现代经典婚纱摄影

高级查询 | 应用 | 取消

**高级查询**

设置查询条件

字段:

- 在下方的行中指定字段的检索条件
- 高级条件会在下级的文本框中组合
- 你可以设置条件的联合方式(即 1 or (2 and 3))

1	行业	包含	银行 能源
2			<input type="checkbox"/> 银行
3			<input type="checkbox"/> 制造业
4			<input type="checkbox"/> 化学
5			<input type="checkbox"/> 通讯

相关条件:

- 你可以在下面根据相关对象来设定高级条件

提交 | 取消

版权所有 用友软件股份有限公司 UFIDA (C) 2008. 保留所有权利.

完成



# 目 录



企业化的客户资源管理



分销通路管理



促销活动管理



营销费用管理



销售团队管理



多角度量化决策支持分析

保存 取消

客户 数值字段

- 帐户余额
- 年收入
- 批准费用
- 信用额度
- 信用期限
- 员工数
- 发生费用
- 预收初值
- 应收初值
- 预收发生
- 应收发生
- 已收发生

**用友 Turbo CRM** 桌面 登出

您好杨洋! 今天是 2009-07-29

客户价值挖掘 客户金字塔 联系人金字塔 线索金字塔 员工金字塔

### 客户金字塔模型

新建 列表查询 编辑 删除 复制 打印 相关对象 停用

名称:	客户价值评估模型		
分段依据:	得分	更新属性:	客户等级
停用标志:	否		
创建人:	杨洋	修改人:	杨洋
创建时间:	2009-07-29 23:47:46	修改时间:	2009-07-29 23:47:46
描述:	客户价值评估模型		

销售机会(客户)

### 模型指标 (9)

操作	指标名称	指标分类	指标类型	指标权重
	机会成功率	销售机会(客户)	数值	5.0000
	金额(总和)	销售机会(客户)	数值	10.0000
	订单欠款金额	合同执行单(客户)	数值	10.0000
	生效订单个数	合同执行单(客户)	数值	10.0000
	订单金额(总和)	合同执行单(客户)	数值	20.0000
	最近订单时间	客户	日期	10.0000
	行业	客户	枚举	5.0000
	信用额度	客户	数值	10.0000
	帐户余额	客户	数值	20.0000

### 价值等级 (0)

### 员工 (1)

版权所有: 用友软件股份有限公司 UFIDA(C) 2008-2009. 保留所有权利。

完成

- 批准费用 (总和)
- 批准费用 (平均值)
- 批准费用 (最大值)
- 批准费用 (最小值)

版权所有: 用友软件股份有限公司 UFIDA(C) 2008-2009. 保留所有权利。

完成

金字塔名称:	客户价值		
金字塔模型:	客户价值金字塔模型		
评估起始时间:	2009-06-01 16:50:00	评估结束时间:	2009-07-31 16:50:00
创建人:	杨洋	创建时间:	2009-07-23 16:50:25
金字塔描述:			

### 价值分布 [主要客户]

评估对象价值
指标分布
构成特性

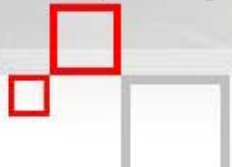
高级查询
统计

操作	评估对象	评估级别	得分
	大连华江科技有限公司	主要客户	390,000.00
	沈阳华强工贸有限公司	主要客户	325,000.00
	大连安华电子有限公司	主要客户	450,000.00
	吕静静	主要客户	165,000.00
	顺捷国际贸易公司	主要客户	315,000.00

### 价值分布 (4)

操作	评估级别	最高分	最低分	平均分	个数
	VIP客户	980,000.00	675,000.00	827,500.00	2
	<span style="border: 2px solid red; border-radius: 50%; padding: 2px;">主要客户</span>	450,000.00	165,000.00	329,000.00	5
	普通客户	114,000.00	30,000.00	72,000.00	2
	小客户	0.00	0.00	0.00	9

# 基于通路数据的库存相关分析



## 条件设定

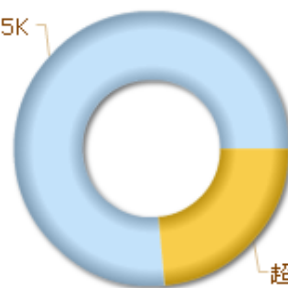
选中	运行标志	更新时间	提交人
<input checked="" type="checkbox"/>	200903172004005	12:31:21	System
<input type="checkbox"/>	200903172004005	13:31:21	System
<input type="checkbox"/>	200903172004005	14:31:21	System
<input type="checkbox"/>	200903172004005	15:31:21	System

【最多选择4个】

查询

呆滞天数: 低  中  高

20天, 32.65K

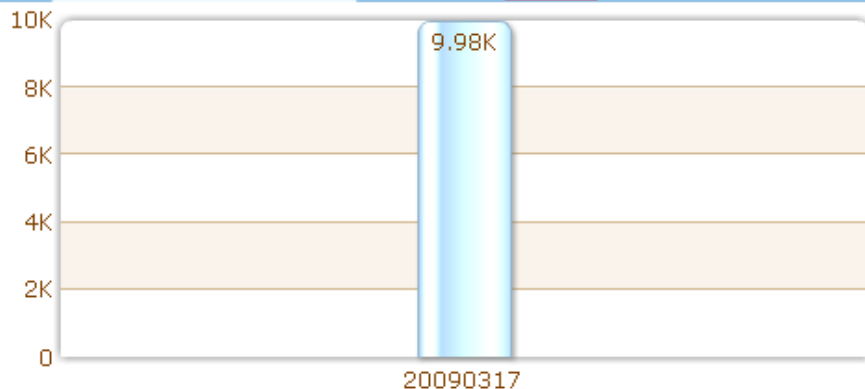


超过20天, 9.98K



## 多个对比

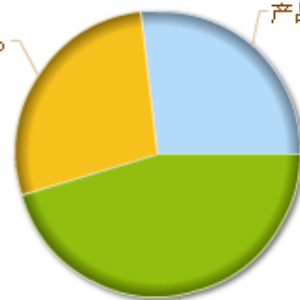
呆滞日期 >=  天



## 明细分析 超过20天

产品线明细表格  产品线占比图

产品线5, 27.9%



产品线4, 26.89%

产品线6, 45.21%



# 渠道产品覆盖统计

## 区域产品覆盖率分析

区域/机构	下级区域/机构	进场产品	目标客户	实际覆盖客户数	产品覆盖率
上海分公司	沪西办事处	产品1		20	按客户进货数计算
		产品2		18	

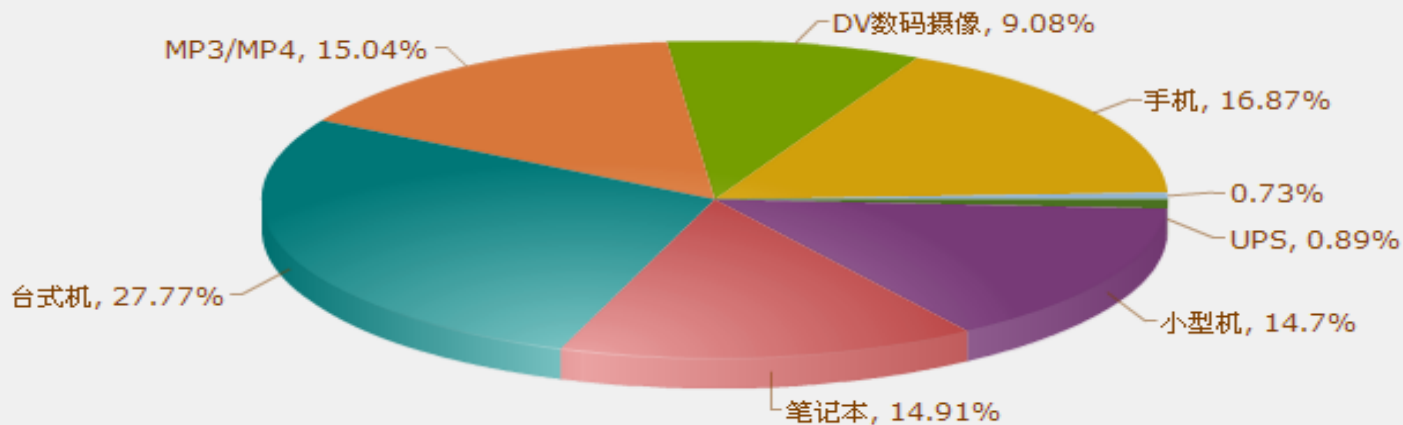
参数区

开始日期:

结束日期:

刷新数据(R)

产品类别销售比率



○ 销售数量

● 销售金额

产品销售明细

(1,1)	数量	金额	数量比率	金额比率	产品
1	152	1,284,800.00	25.85%	12.59%	IBM T43
2	1,669	8,678,800.00	73.72%	74.47%	NOKIA n100
3	595	2,975,000.00	26.28%	25.53%	Sony Ericsson s200
4	391	2,541,500.00	46.83%	40.54%	DV ECOOL100
5	356	2,848,000.00	42.63%	45.43%	DV ECOOL350
6	88	880,000.00	10.54%	14.04%	DV ECOOL500



# 渠道客户分析



## 渠道客户ROI分析

区域/机构	客户	下级客户数量	销售额	返利合计	账期	资金周转率	ROI
上海分公司	家乐福	5	1000000.00				
	沃尔玛	3	800000.00				

### 参数区

开始日期:

2011-03-22

结束日期:

2011-03-22

刷新数据(R)

### 市场活动情况

(1,1)	部门	市场活动数量	活动费用合计	机会转化数	订单金额	收款金额
1	新天国际	4	0	1	0.00	0.00
2	商用市场部	5	69443	2	1,941,000.00	332,244.00
3	民用市场部	9	0	0	0.00	0.00

### 活动ROI





# 客户分析对比

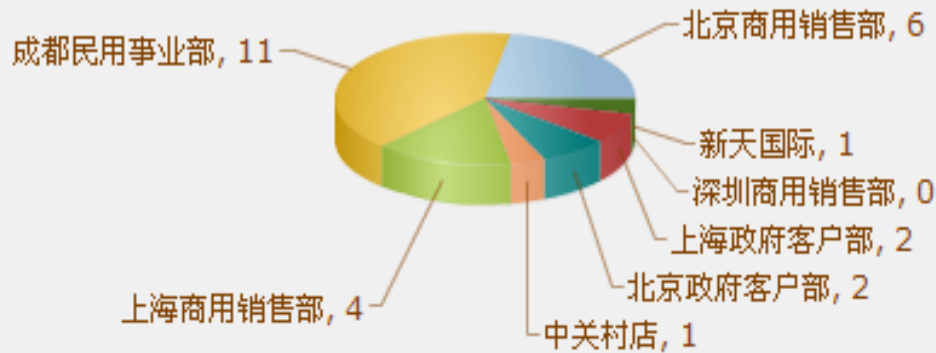
参数区

开始日期:

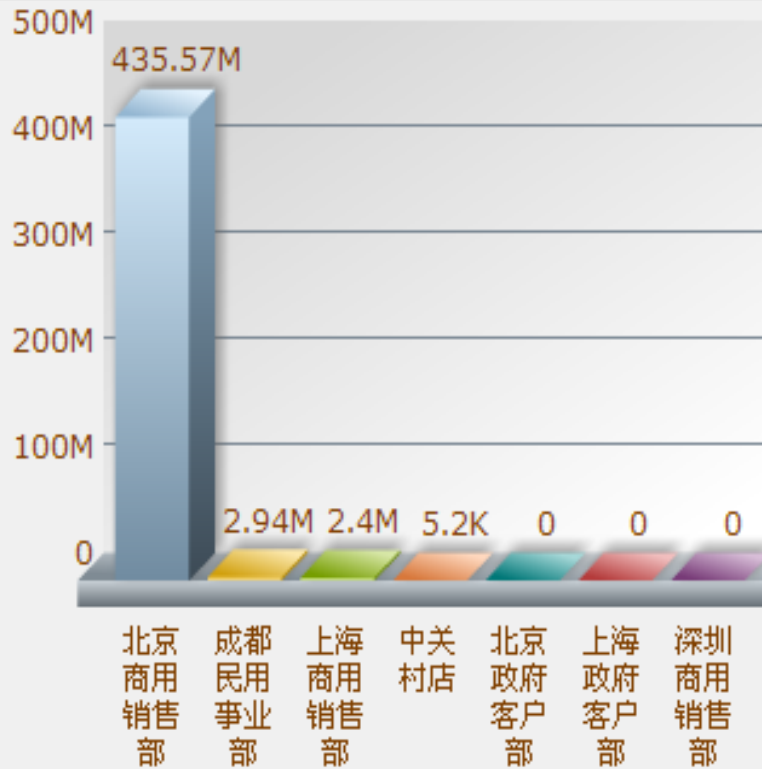
结束日期:

刷新数据(R)

部门营销情况分析



参与市场活动 销售机会 销售订单数量



客户活动情况

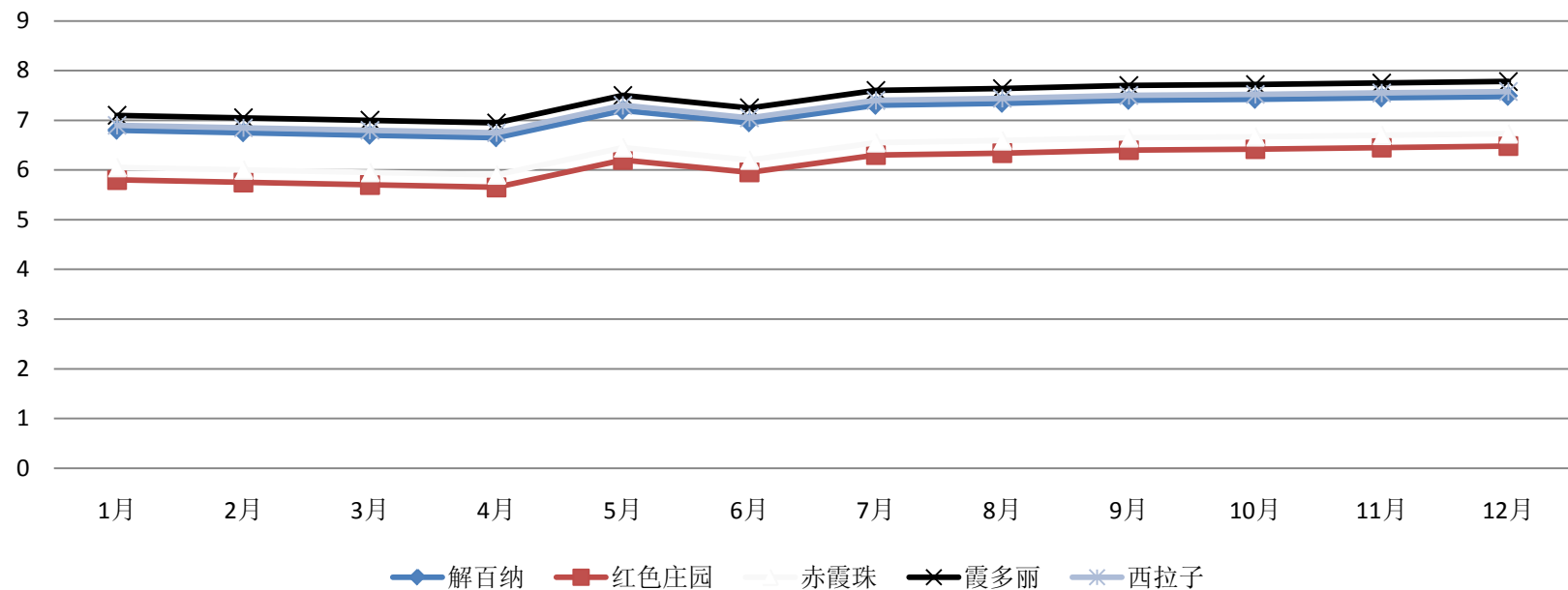
(1,1)	客户名称	市场活动	销售机会	销售订单	订单金额
1	世纪天华(集团)有限公司	4	294	294	431
2	北京利世存在科贸有限公司	0	1	1	4
3	现代经典婚纱摄影机构	2	2	2	
4	心博数码科技有限公司	0	1	0	

# 某城市KA系统销售前5名品类份额发展趋势



## 某城市KA系统销售前5名品类份额发展趋势

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
解百纳	6.8	6.75	6.7	6.65	7.2	6.95	7.3	7.34	7.4	7.42	7.45	7.48
红色庄园	5.8	5.75	5.7	5.65	6.2	5.95	6.3	6.34	6.4	6.42	6.45	6.48
赤霞珠	6.05	6	5.95	5.9	6.45	6.2	6.55	6.59	6.65	6.67	6.7	6.73
霞多丽	7.1	7.05	7	6.95	7.5	7.25	7.6	7.64	7.7	7.72	7.75	7.78
西拉子	6.9	6.85	6.8	6.75	7.3	7.05	7.4	7.44	7.5	7.52	7.55	7.58



# 营销费用分析

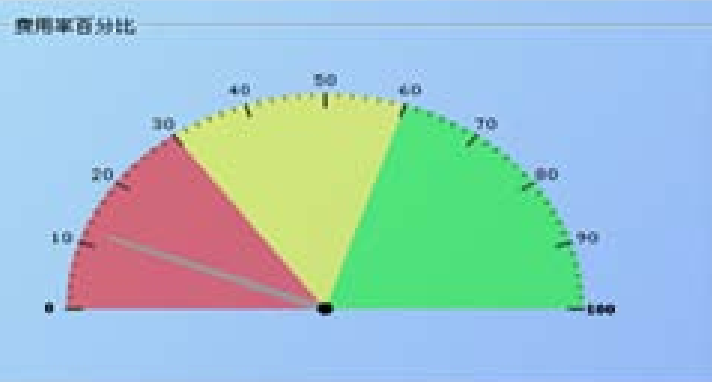


客户价值挖掘 ▾ 客户金字塔 ▾ 联系人金字塔 ▾ 线索金字塔 ▾ 员工金字塔 ▾

## 客户金字塔模型

新建 列表查询 编辑 删除 复制 打印 相关对象 停用

2008年 2009年 一季度 二季度 三季度 四季度





# 销售人员考核分析

多维度多指标的考核体系

区域/机构	客户	负责代表	销售额	纯销数据	回款额	产品覆盖度	拜访客户成功率	新增客户数
上海分公司	家乐福	代表1	1000000.00					
	沃尔玛	代表n	800000.00					



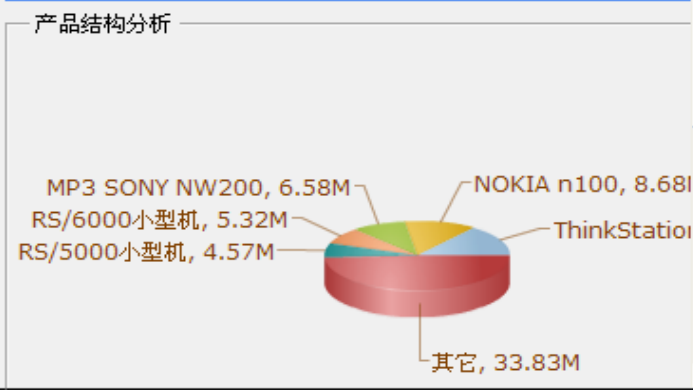
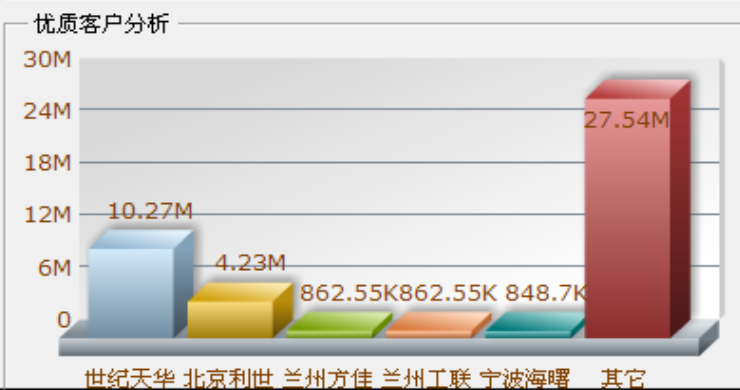
- 全部展开
- 分析报表
  - 工作效率分析
  - 产品销售情况分析
  - 市场活动ROI分析
  - 客户活动情况分析

参数区

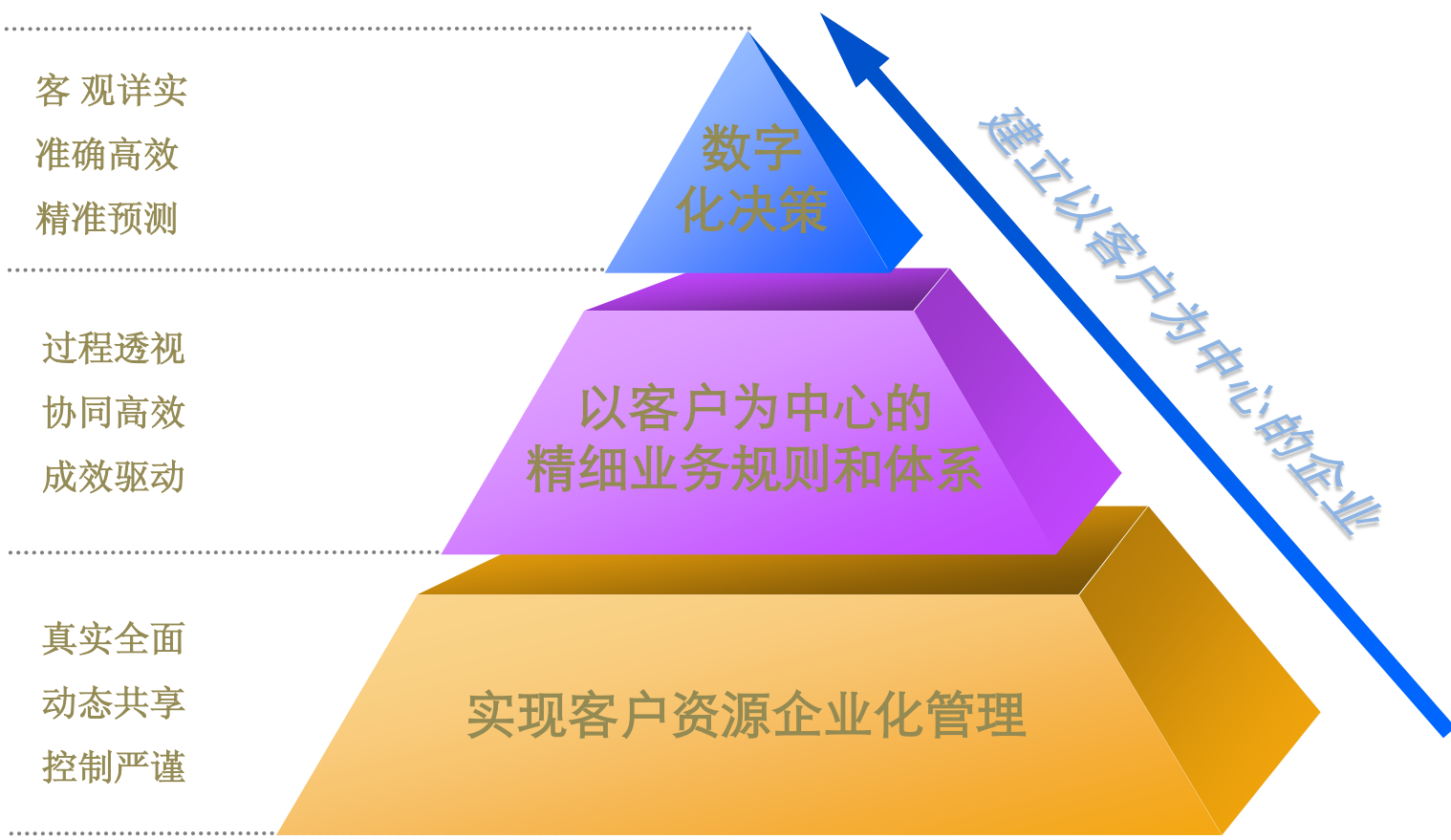
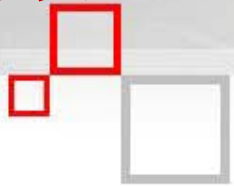
开始日期:  结束日期:  刷新数据(R)



员工销售TOP5		部门销售TOP5	
(1,1)	业务员	订单金额	收款金额
1	杜海芳	22,954,000.00	0.00
2	张天刚	9,122,200.00	333,944.00
3	杨剑	6,266,750.00	0.00
4	王远峰	3,252,550.00	0.00
5	赵昆	1,275,600.00	0.00
6	其它	590,852.00	0.00



# 用友TurboCRM应用方案总结



# 提 纲

1

用友TurboCRM简介

2

快消品行业管理分析

3

用友快消品行业CRM解决方案

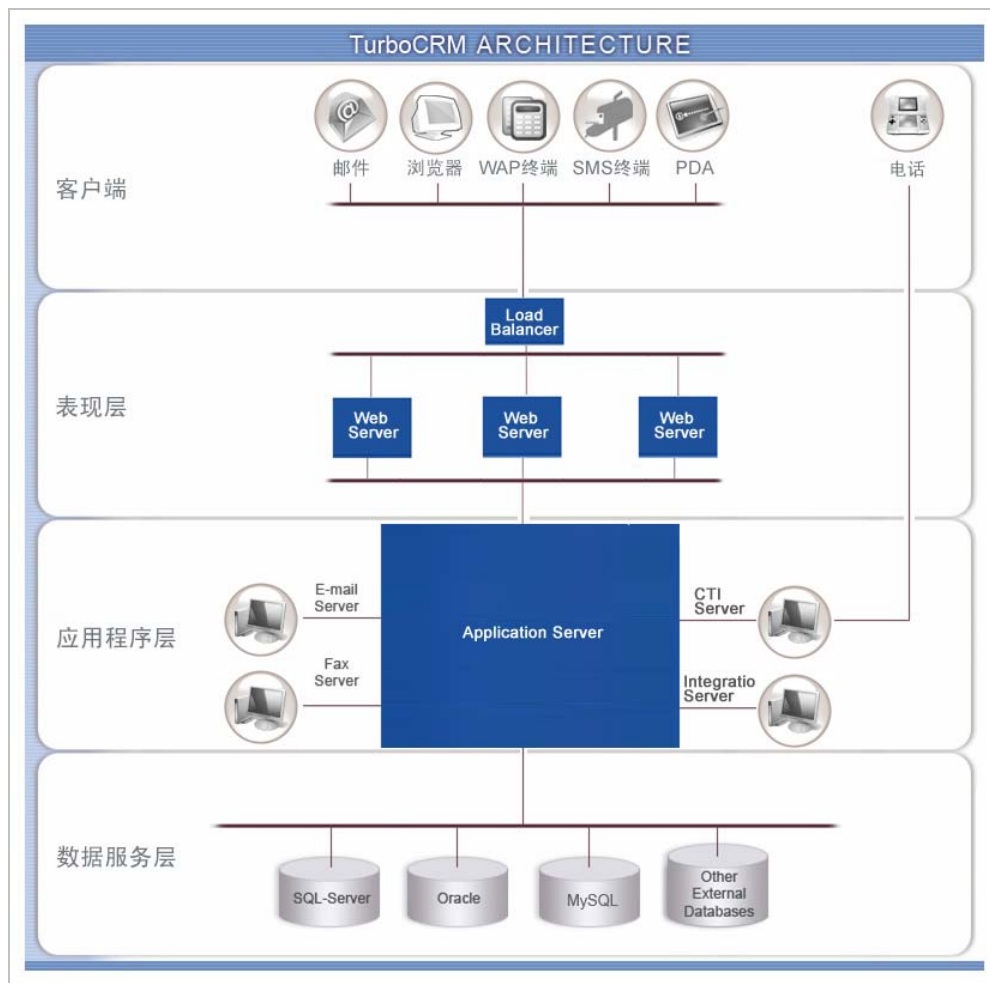
4

技术与实施保障

# 全球领先的技术架构



- ✧ 用友TurboCRM系统采用全球领先的互联网技术开发；B/S四层结构设计，客户端零维护、零安装；
- ✧ 支持各种主流操作系统平台和大型数据库；
- ✧ 融合多种通用的客户端接入方式：浏览器、WAP、PDA等
- ✧ 支持负载均衡，大规模用户多线程并发应用；
- ✧ 负载大数据量运行高速、安全、稳定；

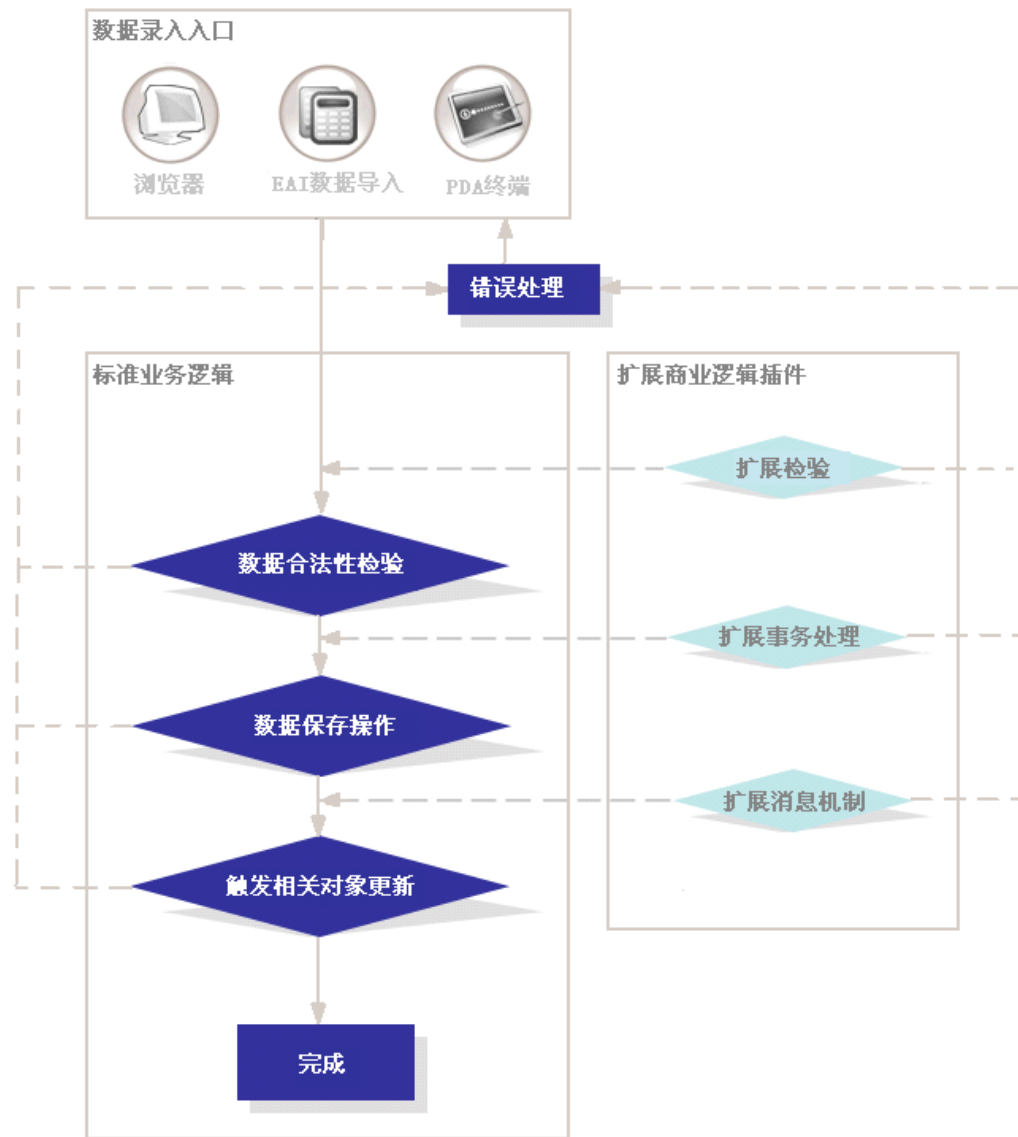




# 强大的客户化扩展支撑能力



- ◇ 创建和修改所有软件对象：用户界面对象、商业对象、数据对象、整合对象；
- ◇ 可视化的客户化定制平台：自定义事件处理、自定义 workflow；
- ◇ 支持外部商业逻辑插件：系统内代码扩展、系统外代码扩展、支持多语言插件



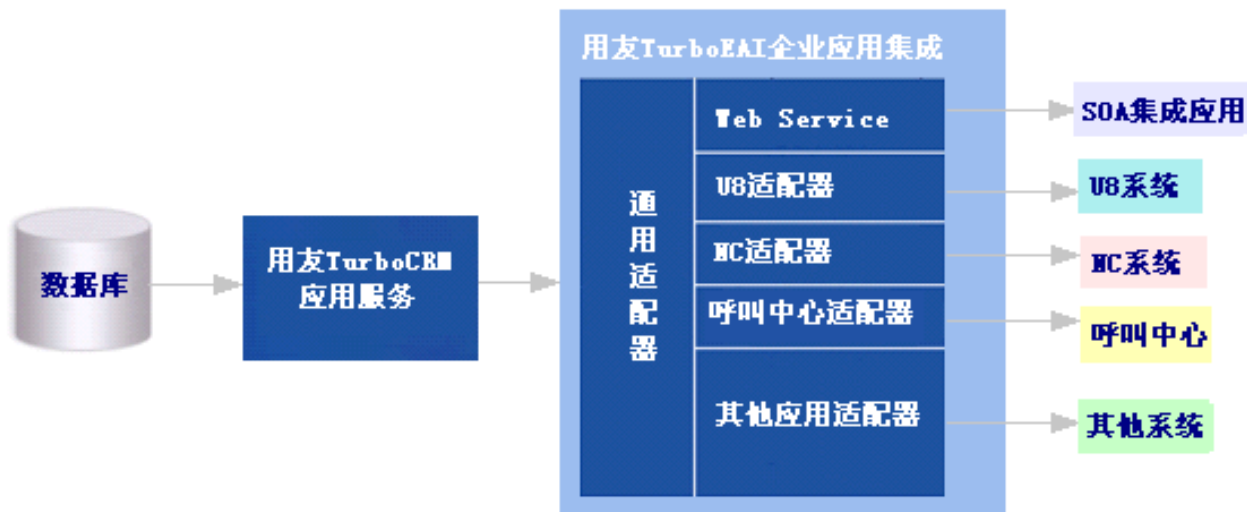
# 灵活开放的接口支持



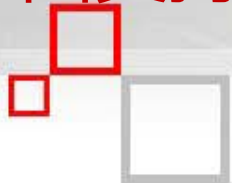
通讯协议：TCP/IP协议 通讯采用同步通讯方式

数据格式：XML格式封装数据包、密钥加密，BASE64编码

认证机制：支持使用标准的RSA加密算法进行双方接口服务身份和IP地址的相互认证

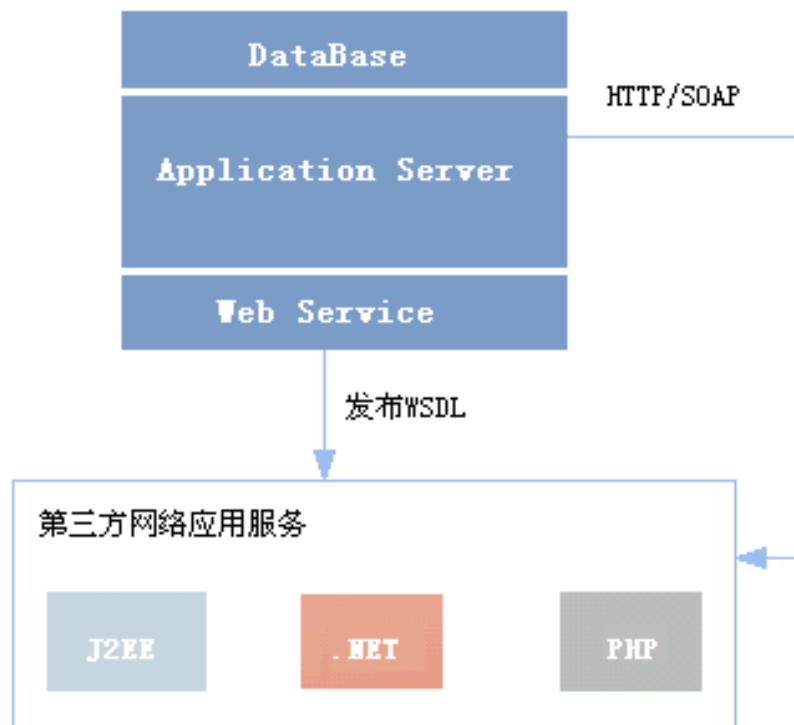


# 全面支持Web Services 交互



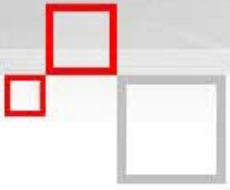
## 用友TurboCRM的Web Services

- ✧ 平台和程序语言的独立性
- ✧ 实现服务的便捷使用、复用和配置
- ✧ 支持Web Services的使用和发布
- ✧ 基于核心网络服务的标准  
网络服务描述语言 (WSDL) 1.1  
简单对象存取协议(SOAP) 1.1.

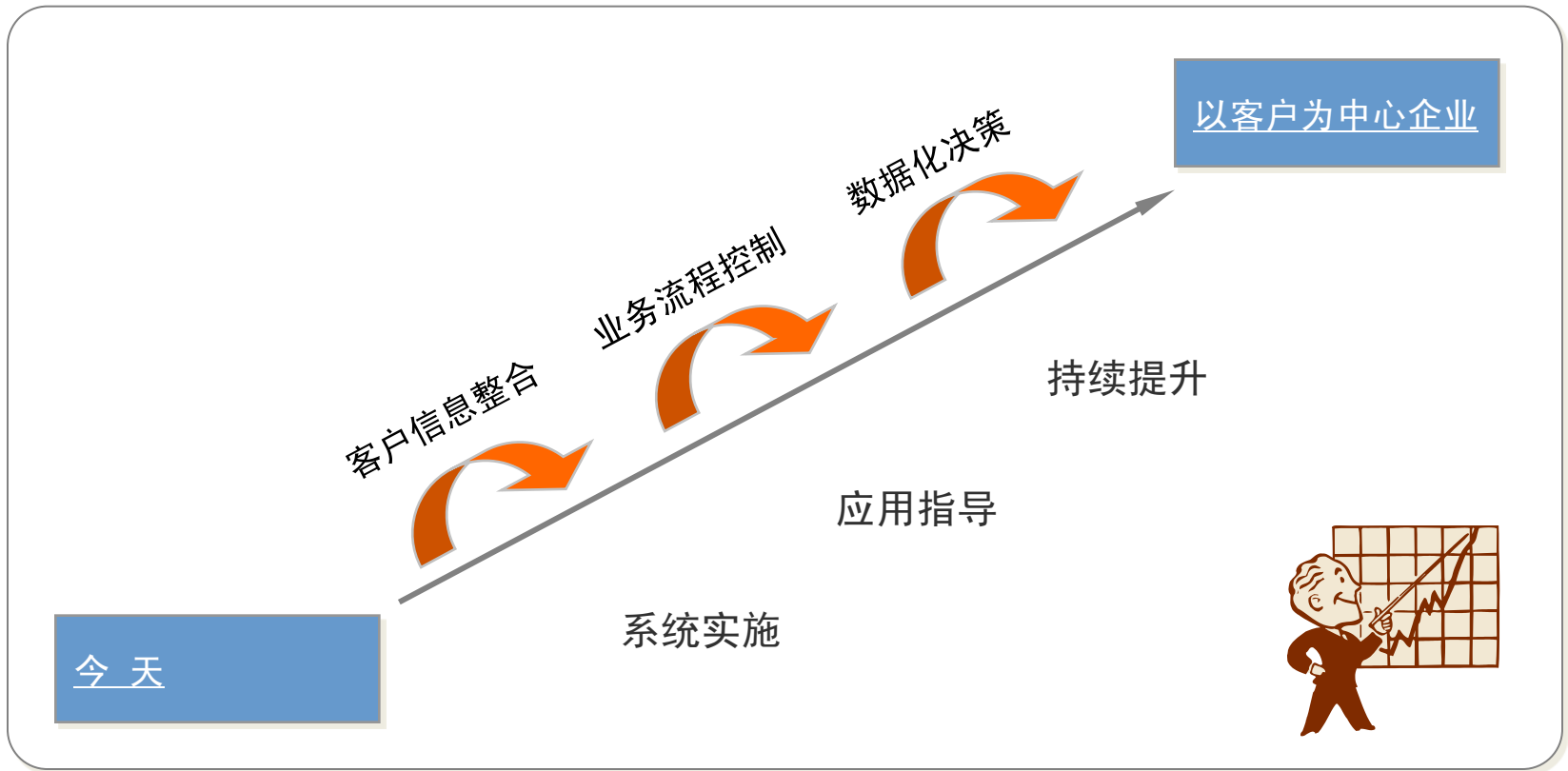


# 成熟的面向客户的实施方法





Dreams come true.



用友 企业管理软件



**UFIDA 用友**

客户信赖的长期合作伙伴