



製造業的 CRM 買家指南

調整銷售、行銷、服務和經銷商網絡，
提供終極製造業客戶體驗





簡介

製造業行業一直處在充滿挑戰的狀態，過去幾年更是對許多公司帶來特別多的壓力。供應鏈斷裂，關鍵技能差距擴大，客戶比以往任何時候都更加挑剔。當您的業務有許多的活動部件時，您最需要的是複雜且不靈活的銷售、行銷和服務設備來阻止您的客戶群蓬勃發展。

在現今的製造業環境中，只是創造出色的產品是不夠的。今天的領導者必須瞭解創造超卓客戶體驗、與經銷商和合作夥伴建立優質關係以及提供簡單、省時的功能為最終用戶帶來真正價值的重要性。客戶關係管理(CRM)解決方案對於希望保持競爭力、降低成本和消除營運複雜性的製造業公司來說非常有價值。這一切是為了塑造一個充滿動態而務實的客戶體驗。這是在數位化、資料驅動的世界取得成功的關鍵驅動力。

將數據—— 聯繫起來

製造企業從根本上有著廣泛而深入的活動範圍，為其客戶創造、銷售、交付以及提供產品支援。當利益相關者不知道組織內其他人如何與客戶互動時，這會產生非常不一致的客戶體驗令公司看起來不連接和不專注。

銷售代表試圖完成大的續約，但並不知悉嚴重的服務問題，例如，可能無意地傷害到客戶關係。同樣，沒有清楚地了解存在哪些供應商或服務機會的供應商或服務機會的行銷人員可能會將錯誤的訊息或無關內容銷售給繁忙的客戶。

關鍵在連接數據。透過將不同業務的數據來源聯繫起來，每個利益相關者都會獲得一個針對其角色而訂製的全新客戶活動觀點。從 360 度角度所收集的見解將幫助組織從其反應式的活動轉至積極主動，為每個客戶互動提供很棒的經驗。



團隊如何獲取他們需要的資料

銷售、行銷、服務、經銷商和合作夥伴都能獲得其需要的獨特視圖，讓他們能夠：




- 發現每個機會的相關問題，例如過去定價、延期交貨、可用性和客戶互動
- 使用背景儀表板和報告深入了解客戶的詳細資訊
- 創建客戶帳戶評分以了解每個接觸點重要的內容以及哪個接下來的互動將最有影響力
- 鏈接到領英等外部解決方案，以了解其網絡並蒐索媒體來源以挖掘顧客的新聞活動



製造業的 CRM 應該 易於使用、易於採納

不幸的是，那些將從 CRM 系統受益最多的人無法或不會使用，因為它過於複雜而且對用戶不友好。尤其是對於需要監控許多程序的製造企業來說，CRM 必須為能夠提供真正價值的實際應用。它不一定是華而不實的，但連接的工作流程應該優化每一個關鍵交互，遵循警報和儀表板提示來推動問題得到解決。用戶應該在沒有技術培訓的情況下完美地與系統互動。換句話說，他們應該想要使用它，而並非被迫使用它。

正確的製造業 CRM 可讓您在需要時輕鬆使用所需內容：

-  對最新的客戶購買或服務單一目了然
-  與渠道合作夥伴溝通
-  查看訂單在供應鏈中的位置。



如果做得對，您可以將正確的資訊置於員工的指尖，通常甚至在他們提出要求之前，您就可以將每名員工變成客戶專家。

「擁有 UI」應該很容易，自定義用戶視圖可以適應每個人的獨特特徵，而不會增加系統的複雜性。您可預先決定用戶將如何與系統互動，創建不同的用戶類型並允許他們僅查看與其相關的資訊。見解應盡可能以可視方式提供，以助用戶將資訊概念化並果斷採取行動。直觀的界面必須超越桌面和行動設備，以便現場代理和移動工作人員不管設備或位置如何都能獲得相同的體驗。

CRM 應當提供：



用戶或本地管理員可以自定義的拖放配置



快速訪問 SDK，以便輕鬆為您的組織和品牌設計風格化。



與企業資源規劃（ERP）以及物料需求計畫（MRP）系統的簡易整合和不限量的API 通話。



製造業的關鍵 CRM 工作程序

需求預測

在優化設計的價值鏈中，資訊必須雙向流動。雖然製造需要以正確的數量提供正確的產品進行銷售，但對於銷售來說，預測和告知製造業務需要製造哪些產品、數量和時間也同樣重要。需求預測數據的時機和準確性是優化庫存、原材料以及供應鏈工作流程的基石。

對需求擁有最佳視野的人（經銷商和區域經理）通常離等式的供應方最遠。

對需求擁有最佳視野的人（經銷商和區域經理）通常離等式的供應方最遠。銷售驅動的需求預測從第一線提取數據並將其傳遞予財務和供應鏈，有助於：

- 利用真實數字預測銷售需求，而並非猜測或廣泛研究
- 訂購適當數量的原材料，而且精確了解未來生產的重點
- 減少延期交貨和浪費，加快周轉時間，並快速回應變化
- 實時創建經銷商估計的訂單量以及管道進度
- 了解銷售團隊需要多大的工作台才能滿足訂單
- 提高銷售團隊對 CRM 系統準確預測的信任

授權更積極的銷售團隊

銷售團隊一直在忙碌，每時每刻都與客戶和潛在客戶互動以推動收入。然而，若他們無法即時訪問影響其管道的客戶數據，他們可能會受到限制。許多人依靠電郵和未記錄的對話以了解情況。現代 CRM 系統將您的銷售團隊從被動的交易代理轉變為主動的關係經理，使其能夠：

- 預測和跟踪區域分析和覆蓋範圍、客戶訂單、缺陷和退貨、採購趨勢以及領先的需求指標
- 監控持續的現金流，以更好地了解交易處於哪個階段以及何時交付產品及服務
- 確保批核工作程序，例如客戶訪問費用和提供的折扣
- 透過更深入的客戶資訊（包括社交媒體資源）加快通話準備時間
- 隨時隨地利用銷售的關鍵移動組件，包括將文件和名單合併到行動設備中、驗證聯絡人的位置和訪問每個機會的更新數據。

簡化現場銷售和服務以及經銷商網絡的活動

製造業公司通常嚴重依賴其經銷商網絡、現場銷售和服務團隊，而關係管理是其業務之關鍵。它並非在 SKU 級別跟踪任務和供應，而是更多關於優化經銷商和現場時間以保持穩固的關係。現場團隊不想要複雜性，只需要適量的關係情報來完成工作。CRM 系統可以幫助中央操作以及現場群組：

- 衡量經銷商績效、發現差距、調整經銷商計劃、預測、目標和相互問責
- 收集和共享區域數據以將管道最大化並提高客戶優先級別
- 確保經銷商了解當地行銷、產品趨勢、促銷和履行預測的最新情況
- 就聯合計劃、增長目標、機會、障礙和激勵措施進行協作
- 輕鬆將新經銷商添加至網絡，查看機會所在和需要的支援



行銷和服務如何影響 CRM 的成功

如果沒有與每個客戶和帳戶相關的行銷和服務活動，您就無法完全講述整個製造 CRM 的故事。作為與客戶的第一個接觸點，行銷必須與銷售和服務分享他們所知道的一切：客戶或潛在客戶下載了什麼或其訪問了哪個網站、促銷、產品推薦、參加的網絡研討會和其他行銷活動。這些接觸點創建了買家角色以開始旅程，並為銷售和服務提供初始路線圖。客戶如何與您的行銷團隊互動將為未來的互動提供重要指標。

服務和支援也是關鍵的接觸點，其與銷售和組織其他部門的一致性對於保持製造和供應鏈業務的最佳營運至關重要。當 CRM 系統利用業務規則引擎和高級工作程序來實現無縫交接和智慧升級（例如將呼叫路由到支援中心外的內部產品專家）時，銷售和服務運行效率更高。同樣，為了實現遵從 SLA，整個服務生命週期的解決方案必須讓多個利益相關者可見。系統可以在超過或未達到行動閾值時發送警報，並且可以及時處理高優先級問題。

可以優化的其他製造程序包括：

- **合同管理**：加快關閉時間並自動化合同創建和管理
- **訂單管理**：自動化售後程序的工作流程，確保訂單得到履行、計費和支付
- **服務交付**：自動化售後交付和安裝程序
- **索賠處理**：管理與財務系統整合的客戶索賠、退貨以及退款的跟踪。
- **採購要求**：啓動智能採購訂單創建，確保及時發出警報，並為採購活動強制執行參數。



CRM 優化驅動：

- 管道能見度使銷售團隊能夠識別新的機會
- 提高所有已定義銷售階段的轉化率，以建立衡量成功的基準，包括銷售、追加銷售以及交叉銷售
- 通過跟踪新客戶或客戶的新銷售額來實現新業務增長
- 每位客戶的留存率和利潤，以推動更好的 LCV
- 精細的銷售業績，包括平均銷售週期和代表轉化率
- SLA 符合客戶服務水平承諾
- 客戶滿意度、客戶情緒/倡議度評分和流失率
- 更快的服務解決時間以及更高的滿意度
- 自動化活動管理和潛在客戶評分以減少手動程序
- 更簡單、更具包容性的 IT 工作流程自動化，可優化客戶體驗
- 財務團隊全面跟踪付款，在未付款時標記帳戶

結論

在即使是大型製造公司也必須靈活應對不斷變化的市場、緊張的供應鍊以及不斷變化的客戶需求的時代，提供互聯且超卓的客戶體驗的能力至關重要。正確的 CRM 解決方案可以大大滿足每個面向客戶的關鍵群體的需求，從行銷和銷售到服務團隊、經銷商網絡、IT、財務和執行團隊。當所有利益相關者使用同一個劇本而且在一個基本簡單的系統中工作時，營造和維護這種體驗就變得更簡單。

徹底改變 您的 CRM 以及業務

瞭解 SugarCRM 能釋放出您組織中的哪些力量。
更好的解決方案就在彈指之間。

要求示範

關於 SugarCRM

SugarCRM 可以讓行銷、銷售和服務團隊最終清楚地瞭解每位顧客，以協助企業在績效和可預測性上達到全新的境界。Sugar 是可以讓困難工作變得更簡單的 CRM 平台。

在超過 120 個國家中有數千家公司仰賴 Sugar，透過讓平台發揮功效來實現高解析的 CX。總部位於矽谷，Sugar 由 Accel-KKR 提供支援。

如需瞭解更多資訊，請造訪 www.sugarcrm.com/tw 或關注 @SugarCRM。