

2015

第八届中国工程机械行业
CIO高峰论坛

互联网+时代下的服务营销管理模式浅谈

暨 工程机械行业精益服务、全程电商、数字营销管理理念分享

引子：行业现状

工程机械行业的发展形势：

新机销量持续下滑、存量巨大、后市场重视程度凸显、电子商务模式的不断探索.....

行业可持续发展的业务方向：

新机制造与销售、金融服务、服务配件、设备租赁、二手设备、再制造、专业教育.....

互联网带来的冲击越来越大：

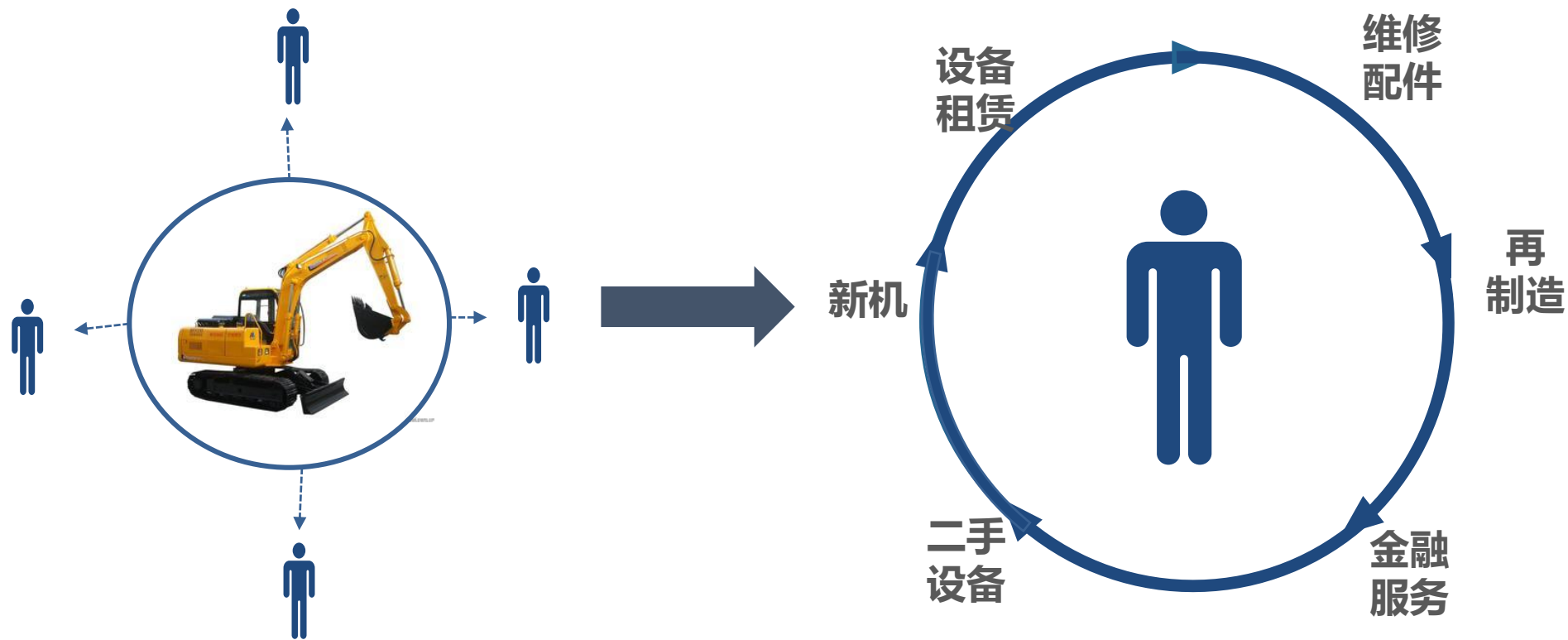
互联网，移动互联网的发展，用户行为模式的变化，导致行业的生产体系、供应体系、销售体系、服务体系、支付体系等已经发生或将要发生新的变革.....

终端用户变得越来越重要：

服务经济向自助服务经济转变，客户自助的便捷性越来越重要，用户被拉入整个供应体系中，成为营销体系变革中最重要的一员

1.1

对工程机械行业而言，互联网改变了 What？



以前：以产品为核心的营销模式

现在及未来：以人为核心的精益服务体系

1.2

为什么 终端用户 变得越来越重要？



如果你在现实世界中让一位客户不满，她会告诉 6 个朋友。如果你在互联网上让一个客户不满，她会告诉 6000 个朋友。

---- 杰夫·贝佐斯，亚马逊创始人兼CEO

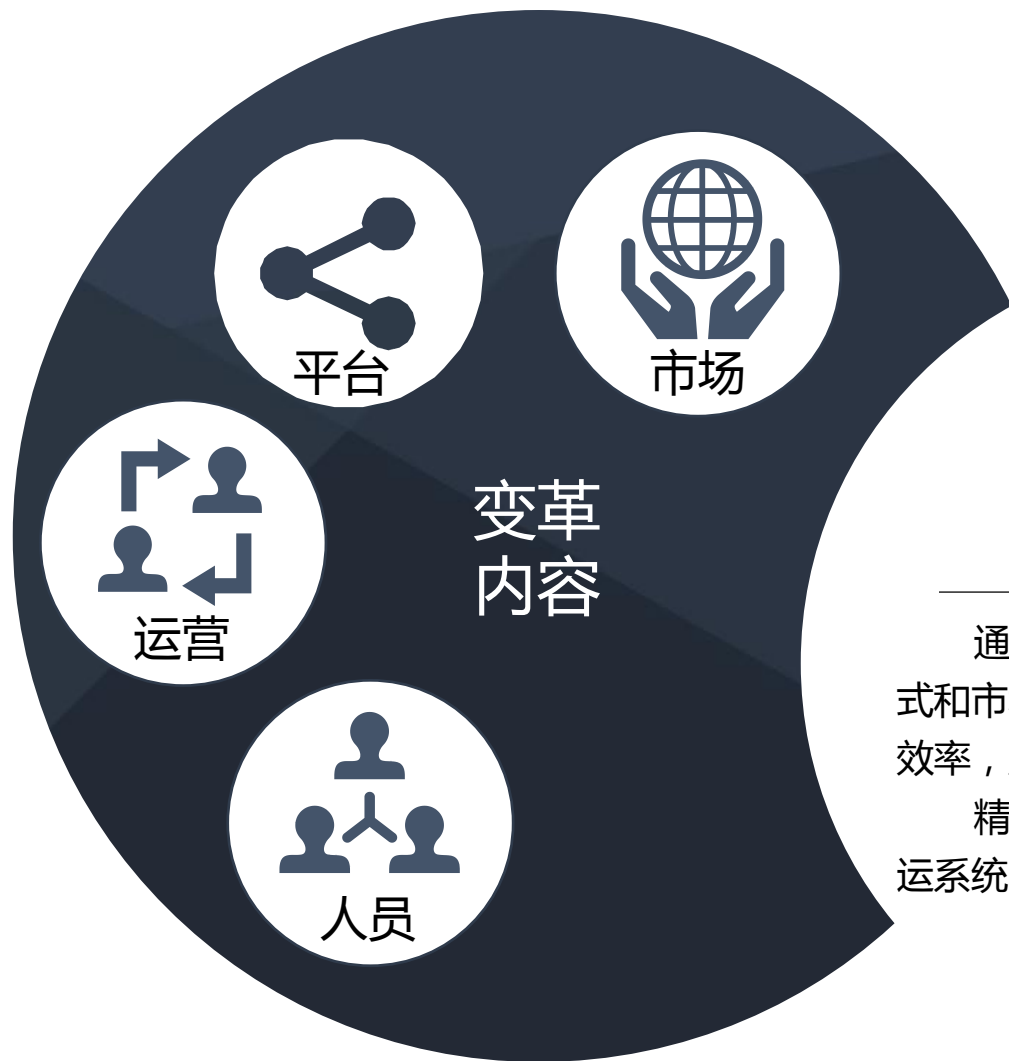
互联网技术、移动技术、数字技术的应用与发展正在改写着行业的营销模式



其中，服务是对客户价值的重新考量，也是变革的核心所在。

2.1

服务体系变革 —— 精益服务



通过系统结构、人员组织、运营方式和市场供求等方面的变革,提升服务的效率,质量和效益

精益服务是一种战略,也是一种运营系统,更是一种文化

五大原则

2.2

渠道体系变革 —— 全程电商

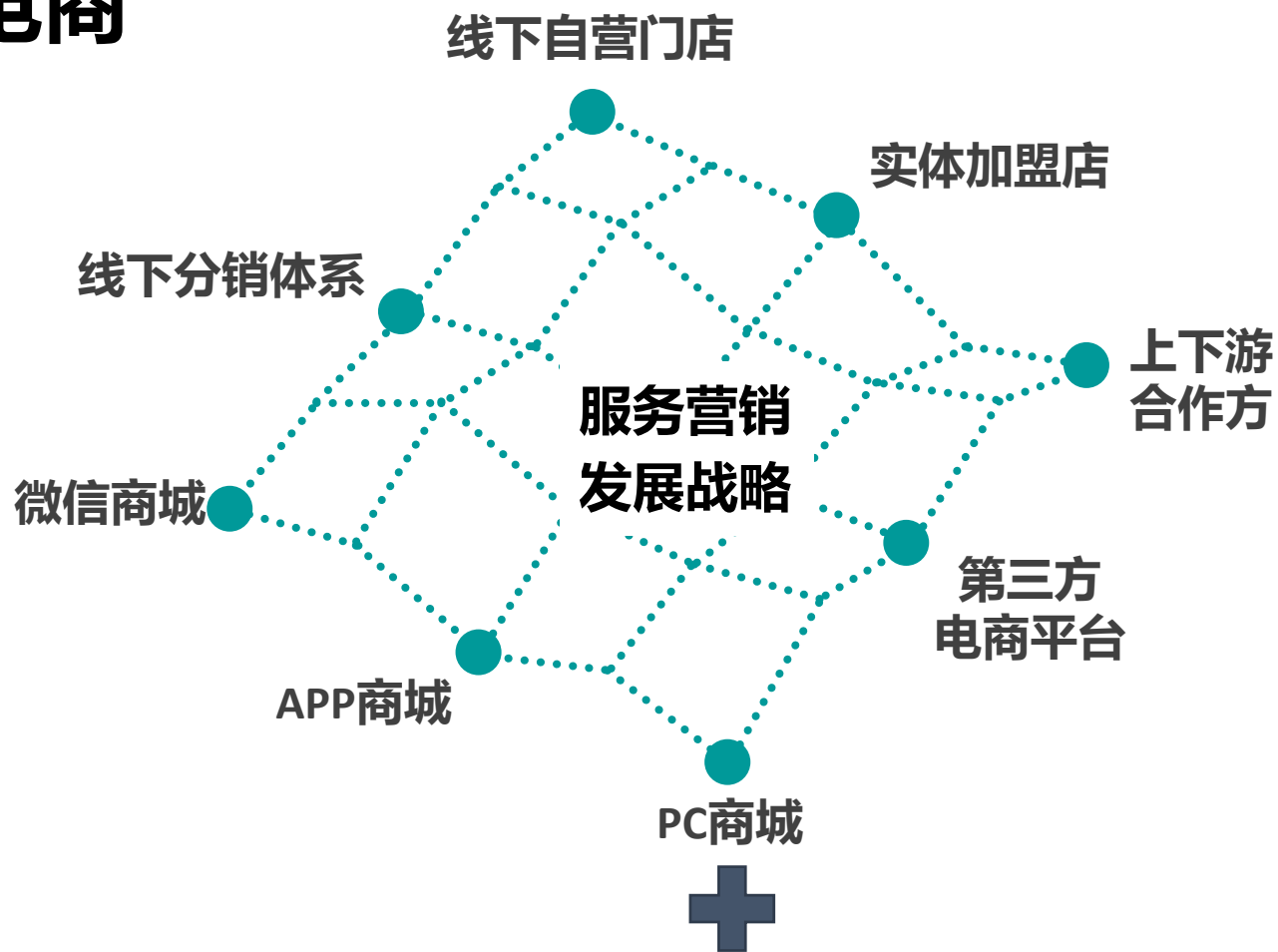
线上渠道集成：第三方商城平台，自建PC商城、微信商城、APP商城、电子采购平台等；

线下渠道集成：网点销售、代理渠道、加盟商销售、供应链体系等；

数据流集成：订单、客户、商品、价格、库存等；

资金流集成：收款、付款、退款、费用等；

门店网点新型能力：体验中心、配送中心、服务中心、与线上渠道互相配合



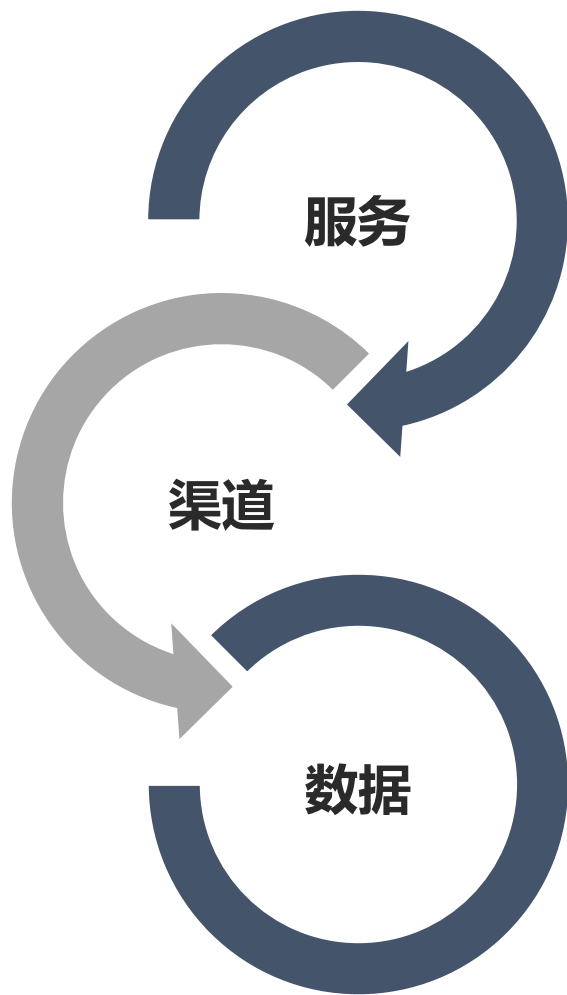
客户关系体系 & 供应链管理体系 & 财务一体化体系

2.3

营销体系变革 —— 数字化营销与传统营销相融合



2.4



从三个方向延伸出精益服务、全程电商、数字营销三重理念：

精益服务

以服务营销为核心，通过服务流程再造、服务过程透明、服务质量可控以及服务持续改善机制，提升服务体验，促进营销业务增长。

全程电商

面向供应链网络，将企业的电子商务、线下销售、供应链协同融为一体，实现营销全业务过程的数字化、电子化、智能化

数字营销

企业数据+互联网数据，全方位掌握用户站内站外的行为，形成自有数据平台，再对接第三方公用数据平台，形成基于全网的数据平台

全程营销时代来临.....

互联网+，从信息化管理建设开始

构建全程营销管理平台

全程营销管理平台的建设不单是软件的开发和组合，而是以用户为核心，围绕服务、营销、电商、供应链、客户、财务等各方面，本着提升掌控渠道、掌控市场、掌控消费者等方面的运营能力，进行立体化整合。



3.1

精益服务互动平台是什么？

精益服务互动平台，以服务营销为核心，以精益服务为目标，移动技术、数字技术等为手段，实现服务业务标准化
管理。



对外 智能互动服务
对内 智能精细管理

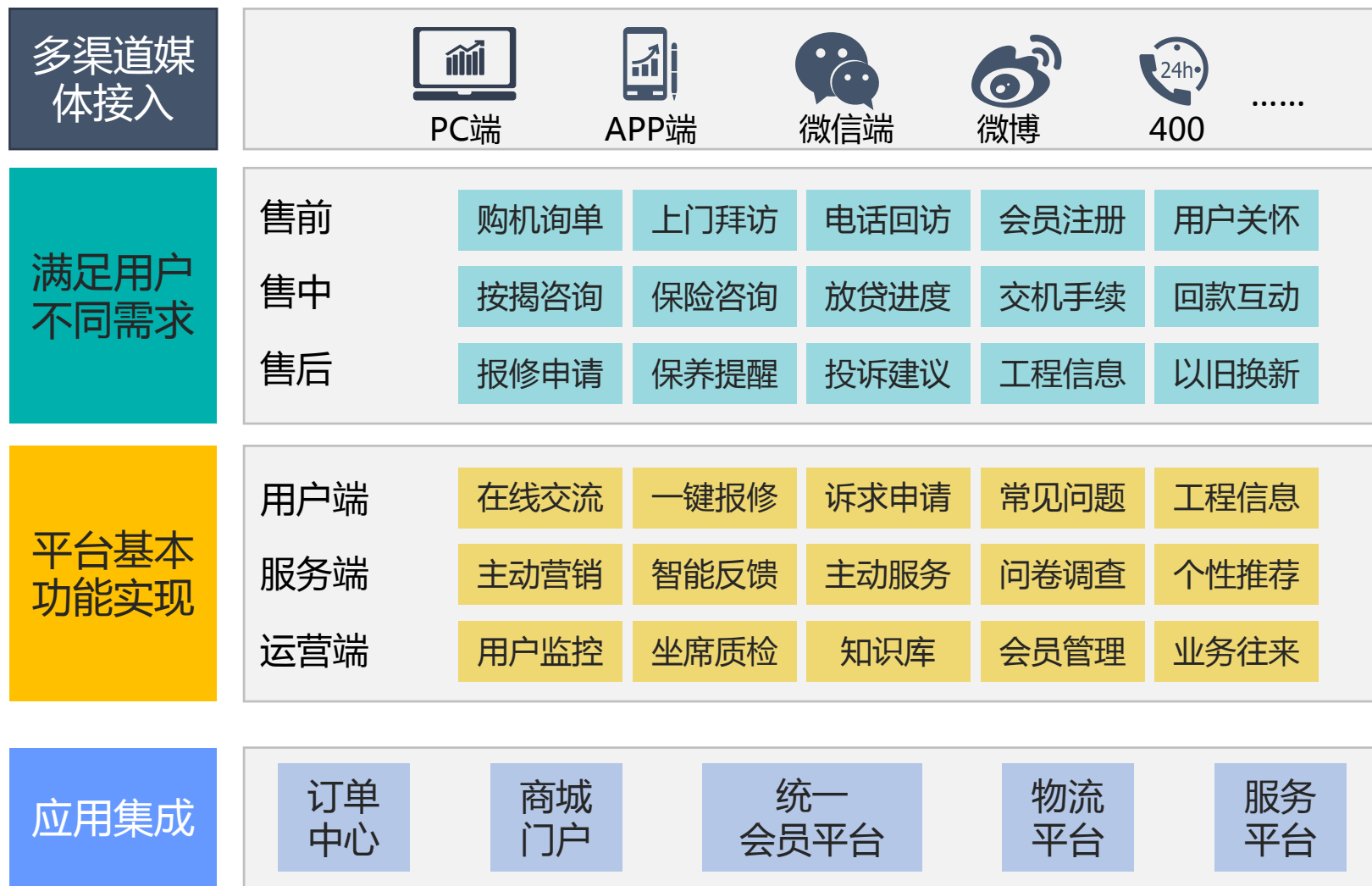
精益服务互动平台的核心理念

服务营销管理理念的形成与体系完善



3.1

多渠道媒体接入，构建统一的用户入口



构建以用户为中心的全媒体营销布局。充分利用社会化媒体营销工具包括论坛、微博、微信、博客、SNS社区、图片和视频，实现多渠道媒体接入，帮助企业统一用户入口，实现多渠道的统一互动平台，**统一受理、智能反馈**，使得企业更加全面、精准的掌握和影响用户的行为

3.1

智能化互动，提升用户体验（实例化）



3.2

工程机械行业数据管理的特点

客户全生命周期管理

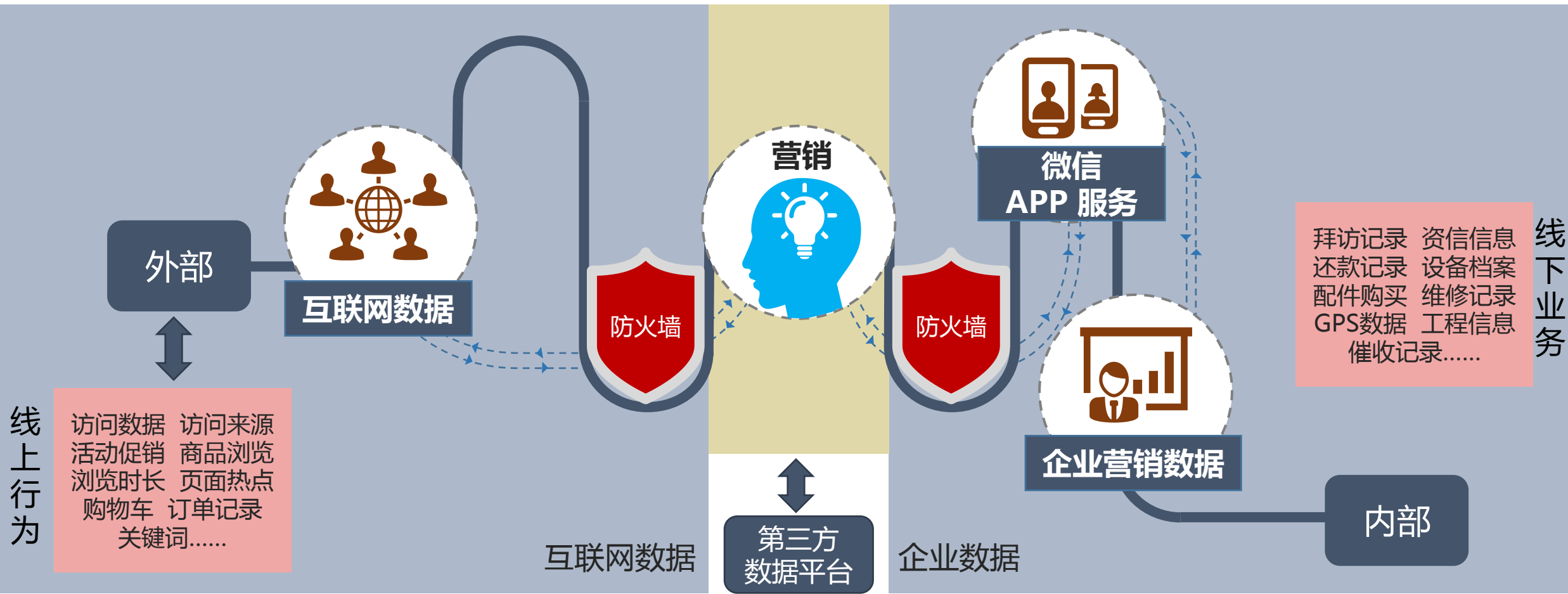


数据管理难点：

- 1) 数据繁杂：数据源散落在企业的各个部门，企业规模越大，数据类型及数据量越大；
- 2) 数据难以整合：存在系统孤岛，不同企业异构系统普遍，需要按用户ID整合；
- 3) 没有工具帮助企业，无法提炼有价值的数。据。

3.2

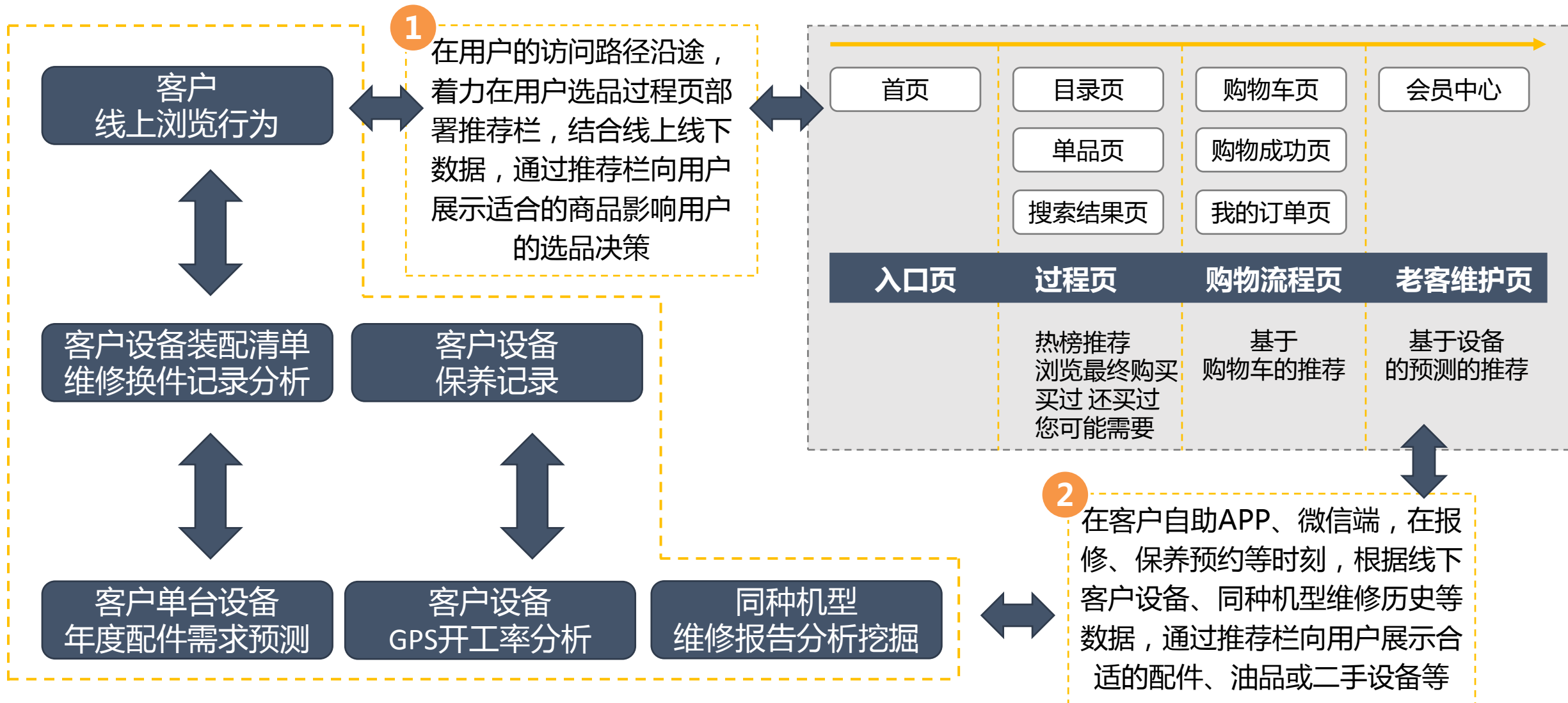
数字营销管理平台实现孤岛数据融合，挖掘数据价值



每个节点都有数据，融合连接才更有价值

3.2

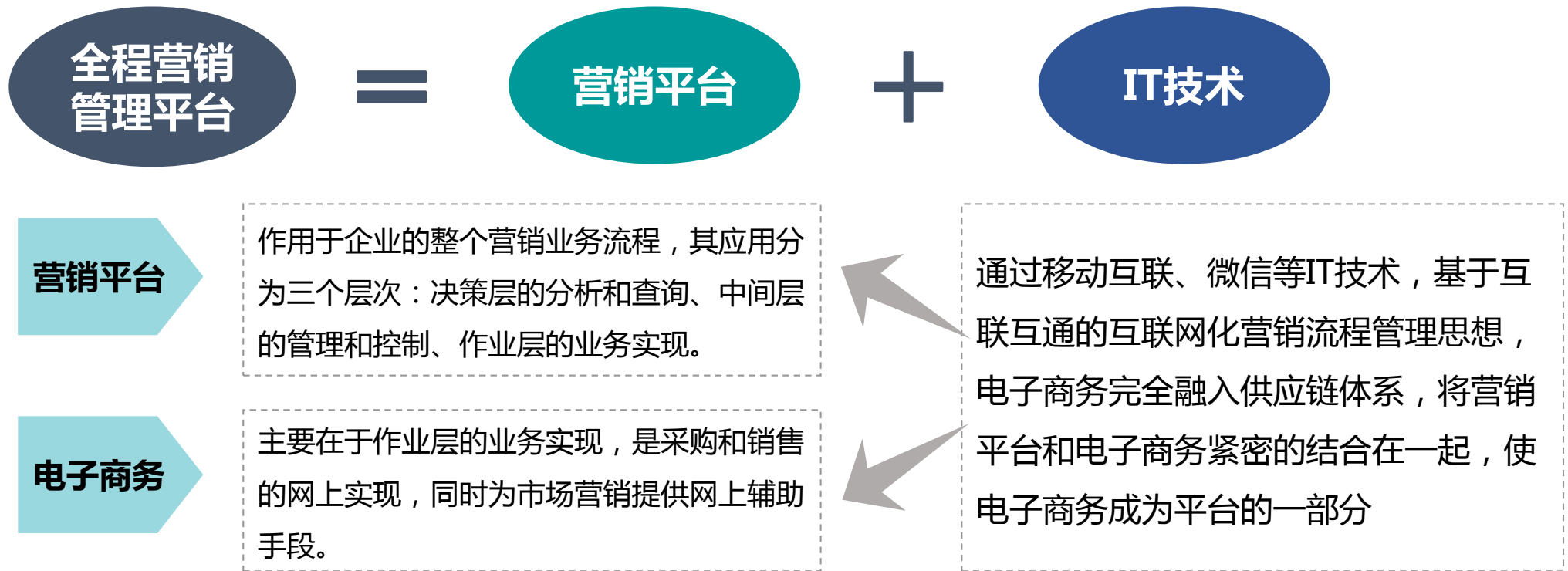
数字营销对多终端电商平台的促进（实例化）



3.3

电子商务是什么？

作为全程营销管理平台，将营销平台与电子商务充分结合成为高度统一的整体，使营销平台成为电子商务运作的后台支撑，保障电子商务脱离浅显运用，得以全面开展及深入运行的坚实基础。



3.3

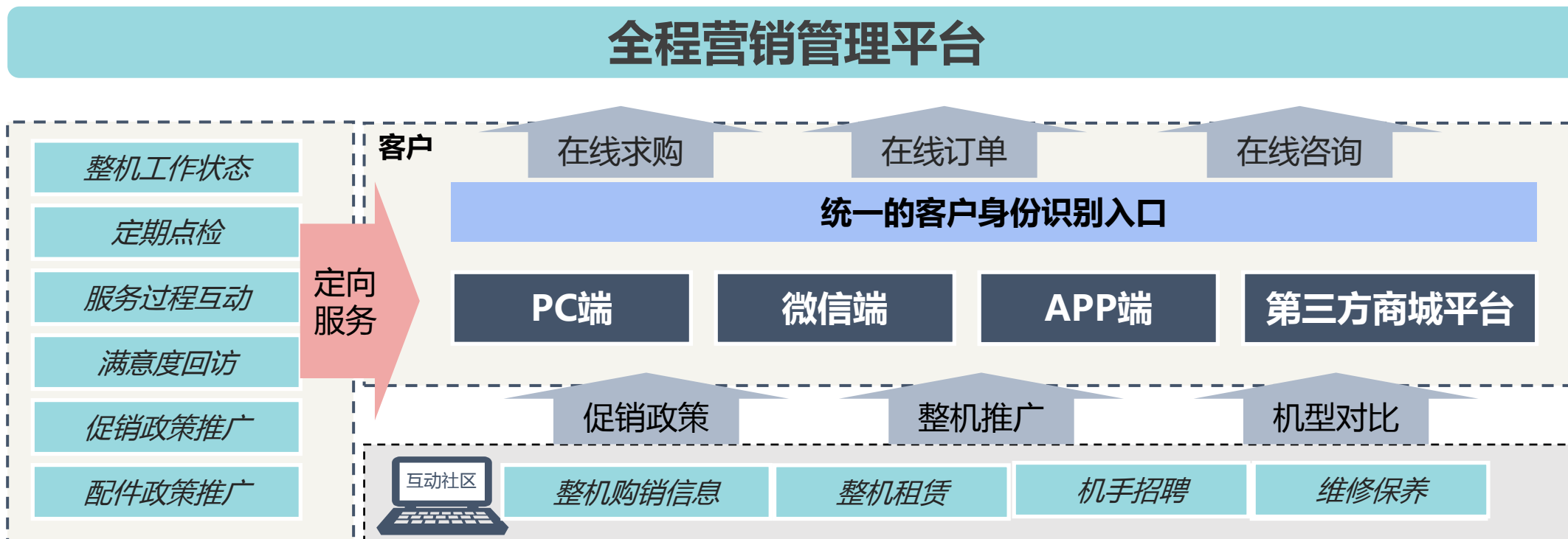
工程机械行业服务驱动的电商深度发展模型



3.3

精益服务互动平台对多终端电商平台的意义

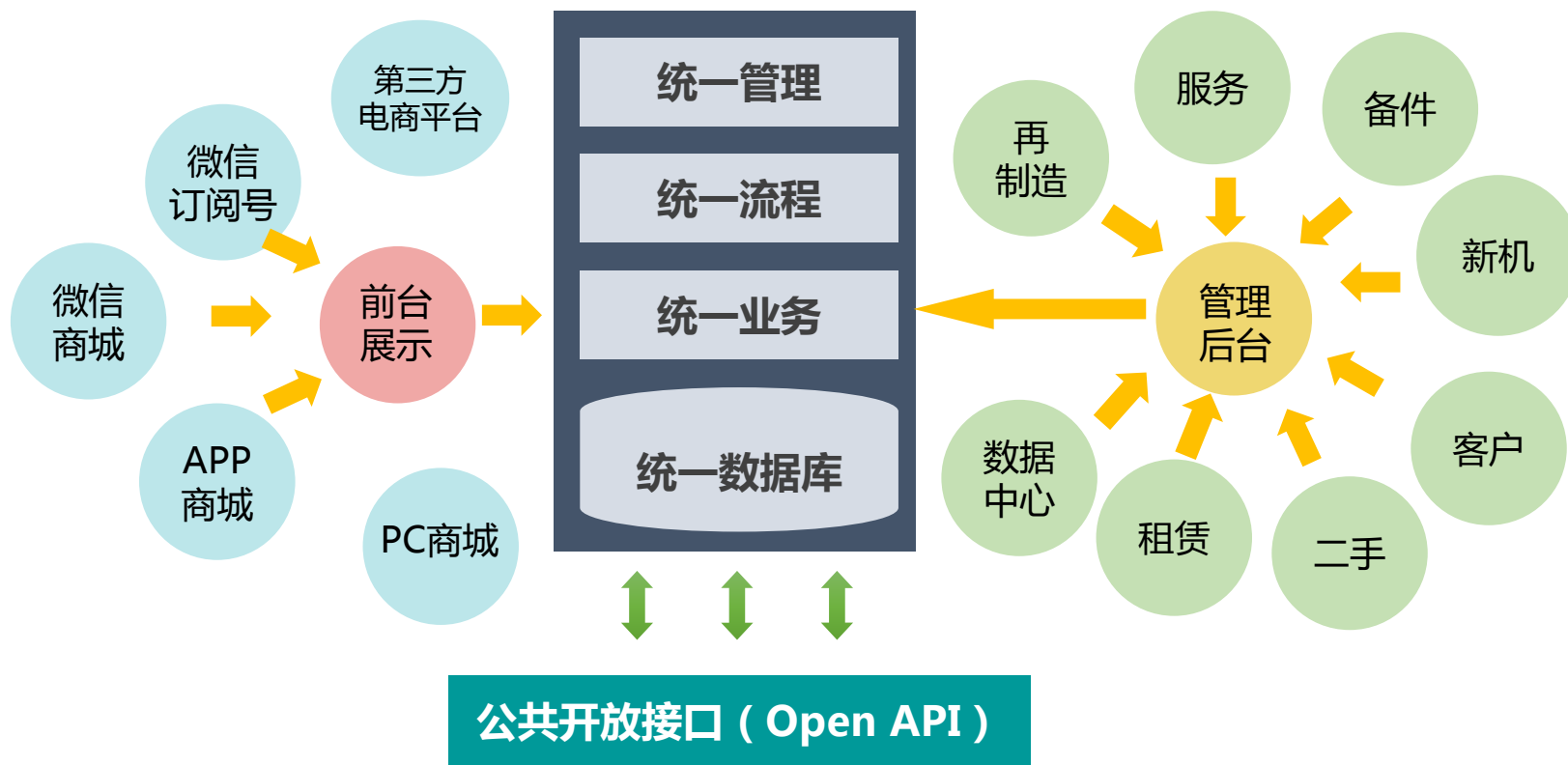
基于电子商务即服务的思想，通过精益互动服务吸引和促进老客户快速入住，盘活平台，并利用互动社区、关联业务、推荐、活动等手段，快速实现对新用户、竞对用户、机手等角色推广并吸引入住平台，使平台做大，逐步实现企业电商战略。



3.3

多终端电商平台在全程营销平台中的位置

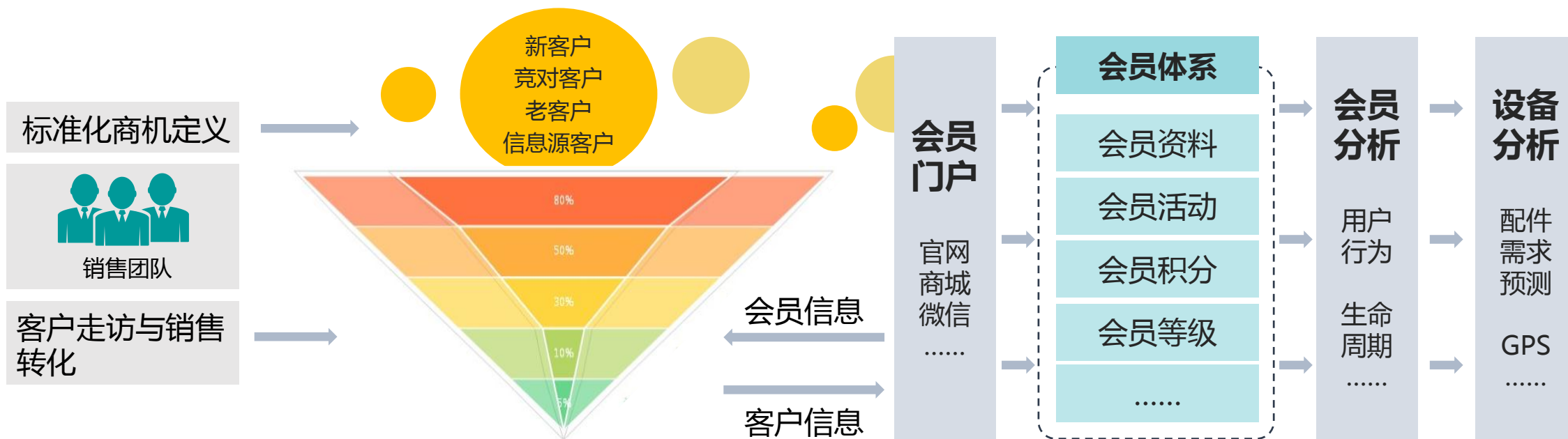
多终端电商平台，作为全程营销管理平台的门户，直接面向用户，通过集成第三方电商平台，利用HTML5、APP、微信商城等手机端应用，为用户提供多种便捷的购买入口



3.4

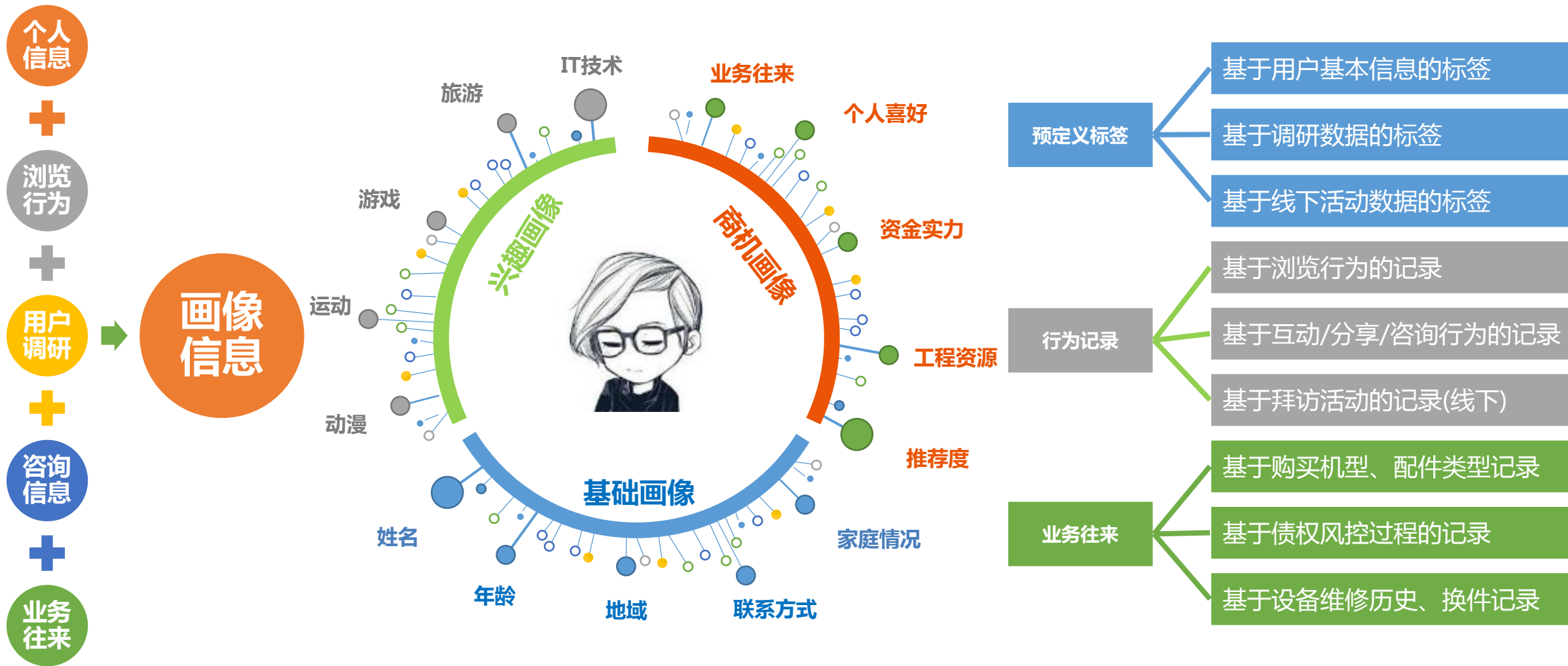
CRM管理平台，实现会员与客户的完美统一

- 在整个营销组织内建立标准化、集中化、系统化的销售漏斗管理体系
- 管理销售人员对客户销售机会的跟进过程，提高销售机会转化率
- 建立统一会员体系，对会员的个性化归属和全生命周期进行管理



3.4

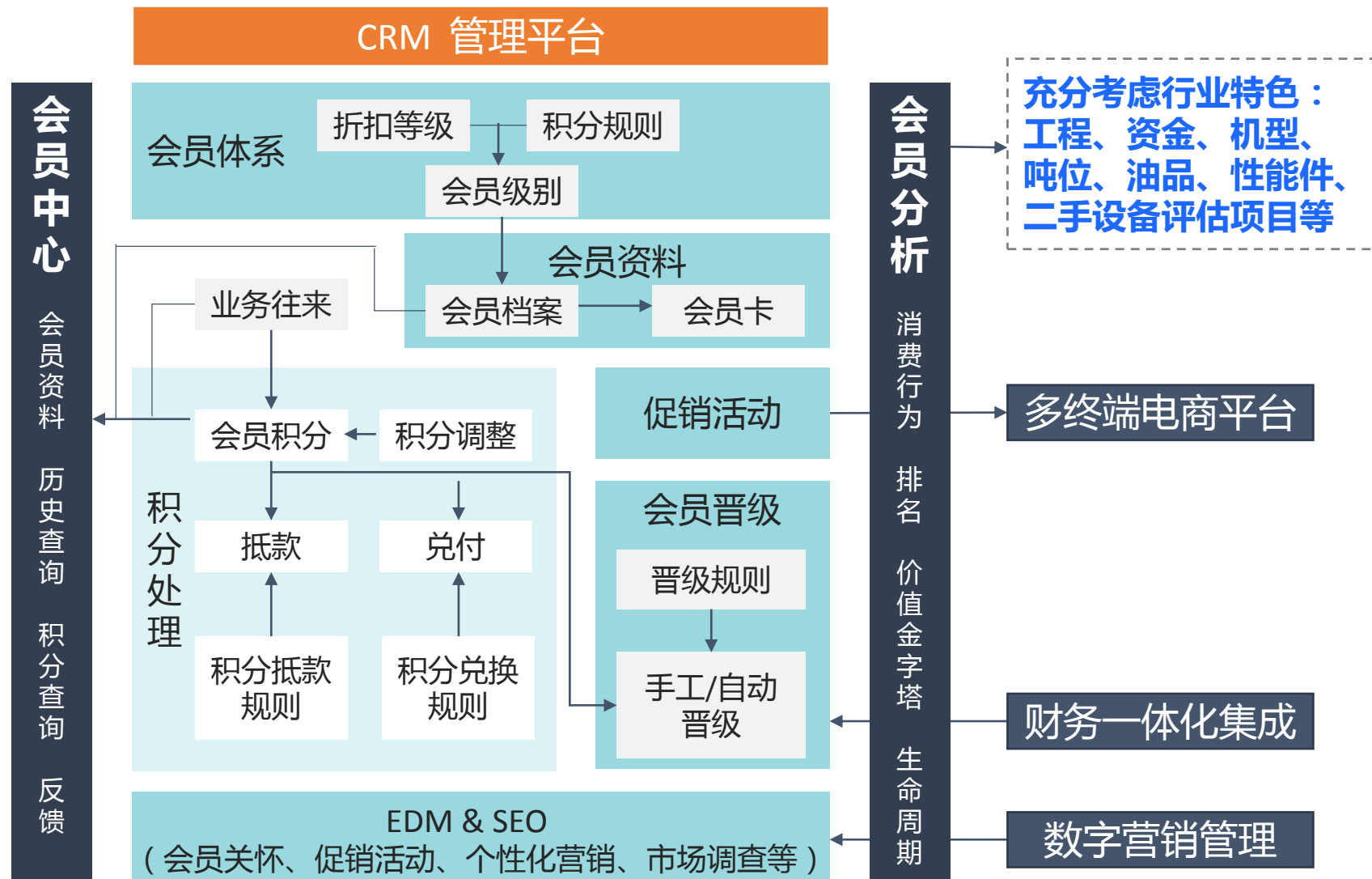
具有工程机械行业特色的用户标签与画像



3.4

统一的会员运营体系

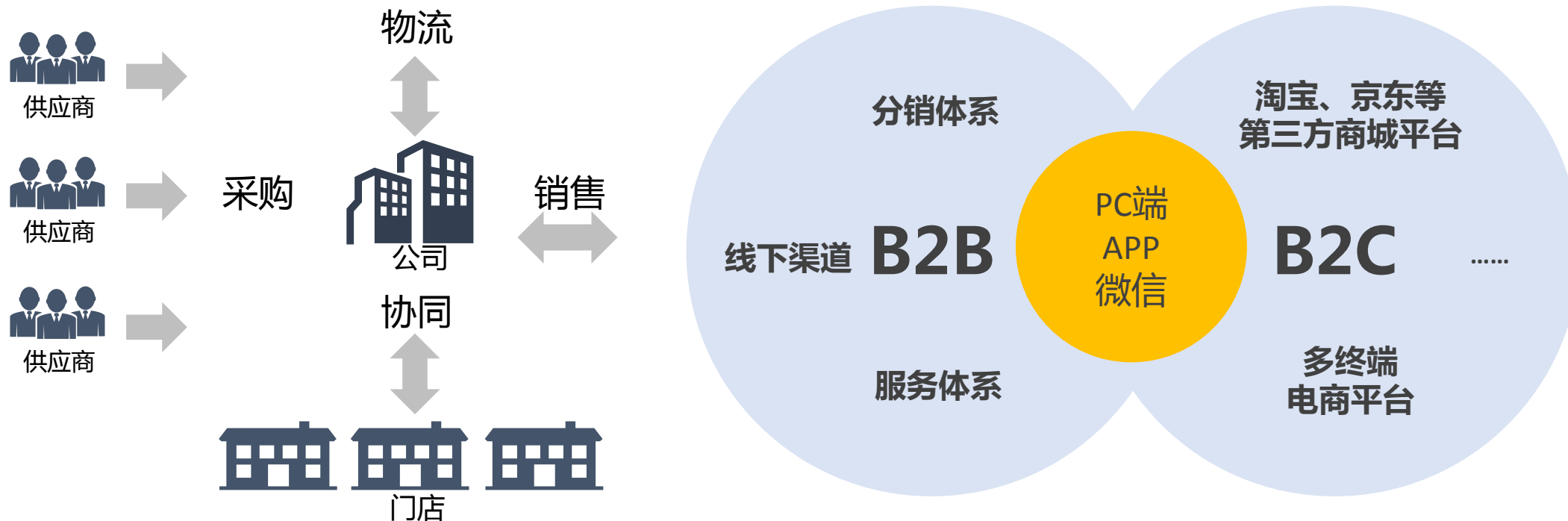
构建统一会员系统，还原用户在线上、线下全渠道、全媒体中碎片化行为的完整画像，形成自动化会员等级、积分政策、风险管控、会员营销。并围绕精细化营销、差异化服务，依托会员行为的监测与管理，结合有效数据分析，依据用户社群的个性化归属和用户全生命周期，开展全渠道、全媒体的精准化营销，从而使企业的品牌、产品与服务深度植入不同社群属性的用户内心。



3.5

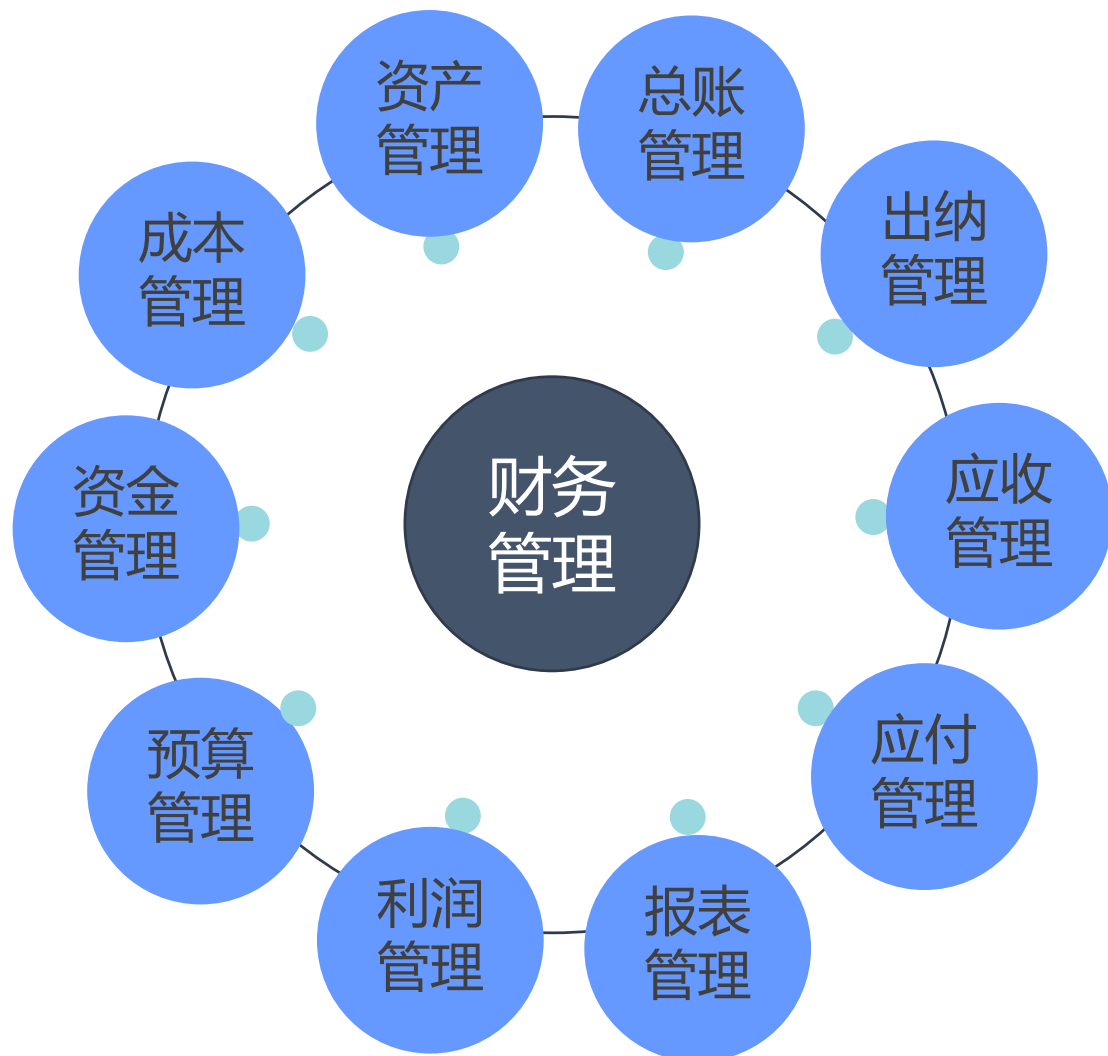
柔性化供应链管理平台

构建更柔性的供应链管理体系，不断驱动企业供应链和后端支撑系统的改造，加快上下游各环节的快速响应和异常情况的快速应对，通过与多终端电商平台的对接，一站式解决供应难题。



3.6

一体化的财务运营、汇集、监管平台



该平台针对全程营销管理平台的财务节点进行管理，并关注信息环境中的企业内部财务控制体系，为企业提供实时性、多元性、可定制性、互动性财务信息以供决策。

4.1

全程营销管理平台 是什么？



4.2

全程营销管理平台的战略意义

全程营销管理平台基于对电子商务的应用深入以及企业内部业务流程和外部交易整合的重要性，以完整的在线交易链条为指导，实现一体化的线上线下整合

企业内部 信息系统一体化

实现企业内部各自为政的各类信息系统（客户关系系统、供应商关系系统、仓储系统等）统一在一个平台下，以保证数据的共享和流程的衔接。

交易服务环节 五流一体化

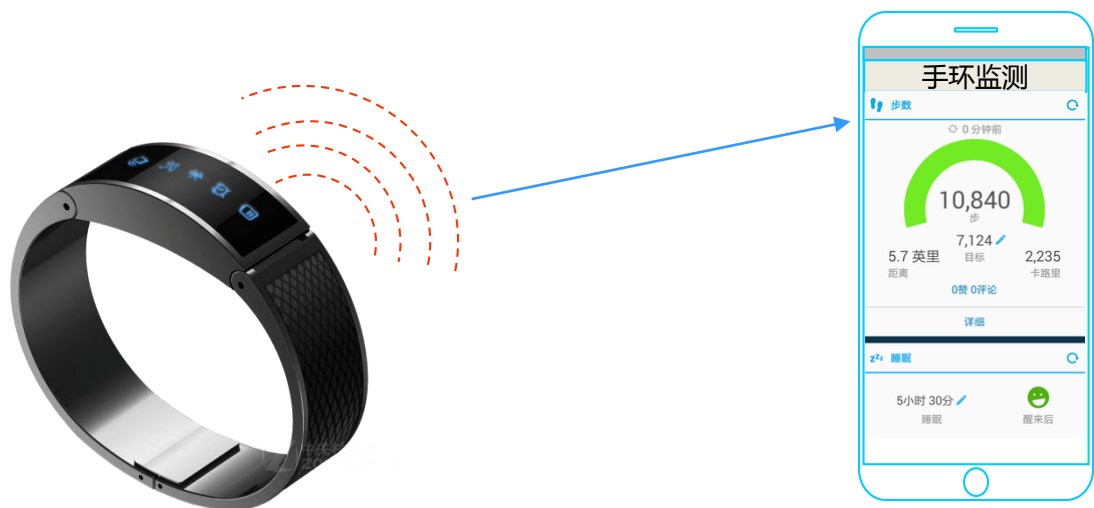
在市场交易环节，能够将信息流、资金流、物流、服务流、客流五个环节紧密结合在一起，实现对支付、物流配送、服务环节的全程支持，实现一体化

企业内部系统和 在线交易平台一体化

实现内部信息系统和在线交易平台的无缝衔接，使得交易环节产生的订单、资金收支、货物收发同企业内部系统有效通讯，保持数据的同步和一致。

题外话，一个小设想：

在当下或不远的未来，在工程机械行业，**可穿戴设备企业级应用**能否用在改善、提高各个层级尤其是生产车间工人、服务及销售外勤等职员的作业能力、技术技能、团队协作等方向上？



1 健康生活

2 信息资讯

3 互动交流

4 实时控制

5 实时学习

结束语，感悟小分享：

熟知非真知。

--- 19世纪德国哲学家 黑格尔 《小逻辑》

2015

第八届中国工程机械行业
CIO高峰论坛

THANK YOU!

捷瑞数字软件 安士才
2015年11月