

新的 NetSuite CRM Add-On: 通过个性化体验来凝聚 CRM 用户

Laralyn Ellsworth, NetSuite CRM 资深市场推广产品经理

每个企业都需要寻找、赢得并留住客户。在新创办的公司,可能会由同一个人来承担与此目标关联的所有销售、市场营销和服务任务。但是,随着企业的发展,以前由几个人就可以承担的职能很快需要由整个团队来管理。这就导致在沟通、信息可见性和响应时间方面出现各种难题,并且随着公司内涌现各种数据孤岛,这些问题往往会进一步加剧。

NetSuite 旨在提供单个位置来集中存放企业运营所需的所有数据。例如,许多公司起初使用 ERP 管理财务活动,但很快就认识到将销售、市场营销和客户服务活动纳入 NetSuite 中进行管理的优势。

对于以管理客户关系为核心,并依赖 NetSuite CRM 简化其销售队伍自动化、市场营销自动化和客户服务管理流程的组织,他们可能还希望更深入地了解销售预测、营销活动指标和升级的问题。这就是 NetSuite 现在推出新的 **CRM Add-On** 为客户提供 CRM 扩展功能的原因。此附加组件提供专门为销售经理、销售代表以及市场营销和客户服务团队定制的角色和仪表盘,以及用于帮助他们衡量销售绩效的预构建 **SuiteAnalytics 工作簿**。

下面来看一看为什么此类洞察对于企业发展如此重要,以及如何获得这些洞察。

CRM 平衡法则

许多企业在扩展过程中逐个解决销售、市场营销和服务部门的需求,最后导致不同团队采用不同的软件解决方案。接下来企业通常需要将 these 不同系统中存放的数据进行调整和集成,这是一个漫长艰苦的过程,不仅令人头疼而且成本高昂。

同时,由于无法很好地了解销售绩效、市场营销结果和客户满意度,可能会阻碍企业发展并导致出现代价高昂的错误。

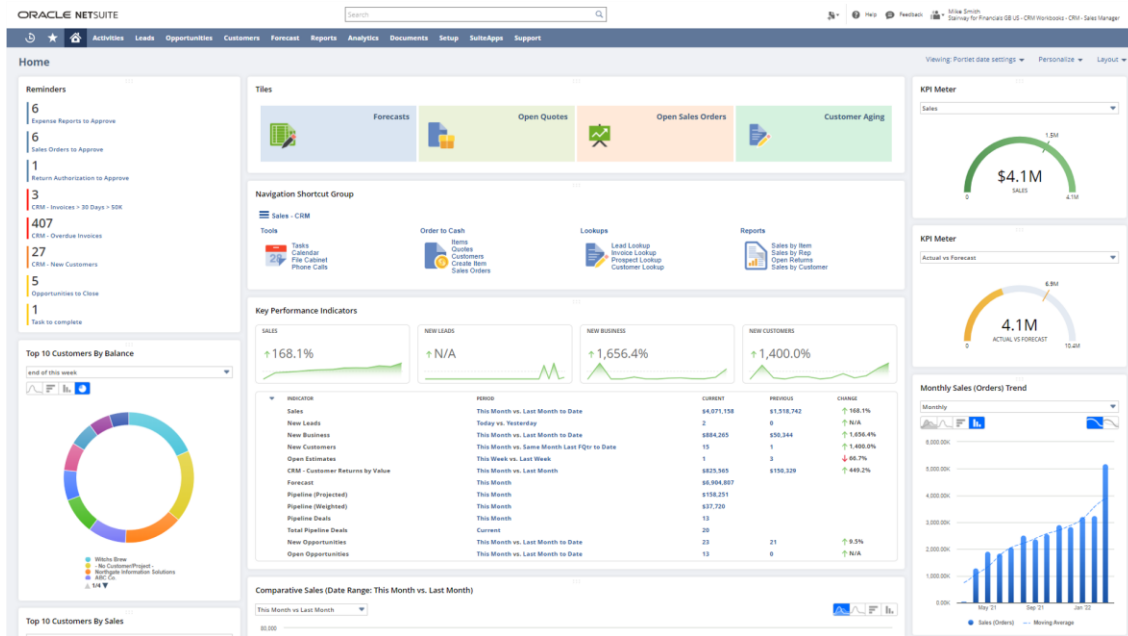
遗憾的是,采用截然相反的方法——单个系统,也可能会带来不可预见的结果。面向跨团队使用的通用工具看起来简单,但通常并不适合每个人。功能不足和缺乏灵活性会导致采用度低,最终造成实施失败。

就 CRM 而言,在个性化用户体验与团队互联互通之间寻求合适的平衡可能意味着耗时而艰难的取舍,而这往往赶不上企业的快速发展。由于影响如此巨大,在为市场营销、销售和客户服务选择解决方案时,您有必要了解并考虑用户的独特需求。

共同的愿景，不同的视图：销售人员的需求

CRM 平台应当是销售团队的基地和情报信息中心，他们可以依赖此信息源来寻找潜在客户、进行预测、跟踪配额以及管理续订和追加销售。

但是，CRM 用户并不都对同一事物感兴趣。销售代表想要关注紧迫的任务，例如接下来与谁通电话，今天与哪些潜在客户会面，以及管道中哪些交易需要注意。他们的主要目标是达到或超过自己的配额。



新的销售经理仪表盘

销售经理与他们的销售代表拥有共同的愿景：达成交易并赚到钱。但是，在实现此愿景时他们的职责是全面了解当前发生的情况。他们想要确保其销售代表拥有达成交易所需的支持和资源，因此他们需要确定何时提供反馈、协助或其他培训。

他们还想确保市场营销持续为团队的管道提供足够的合格销售线索，以便销售代表有始终有事可做。并且，经理需要向执行领导汇报销售绩效，但不想花大量时间来寻找数据并生成报告，因此他们需要一种简单的可重复方法来提供准确预测。

自定义插件和个性化：市场营销人员的需求

市场营销团队也需要可以满足自己需求的 CRM。通常，市场营销列表和营销活动报告存储在与销售数据隔绝的完全独立的系统中，因此很难确定销售业绩的来源。在无法将销售成果归功于特定市场营销活动时，市场营销经理不仅要费力地证明投资回报，而且还无法精细地调整未来营销活动来优化结果。

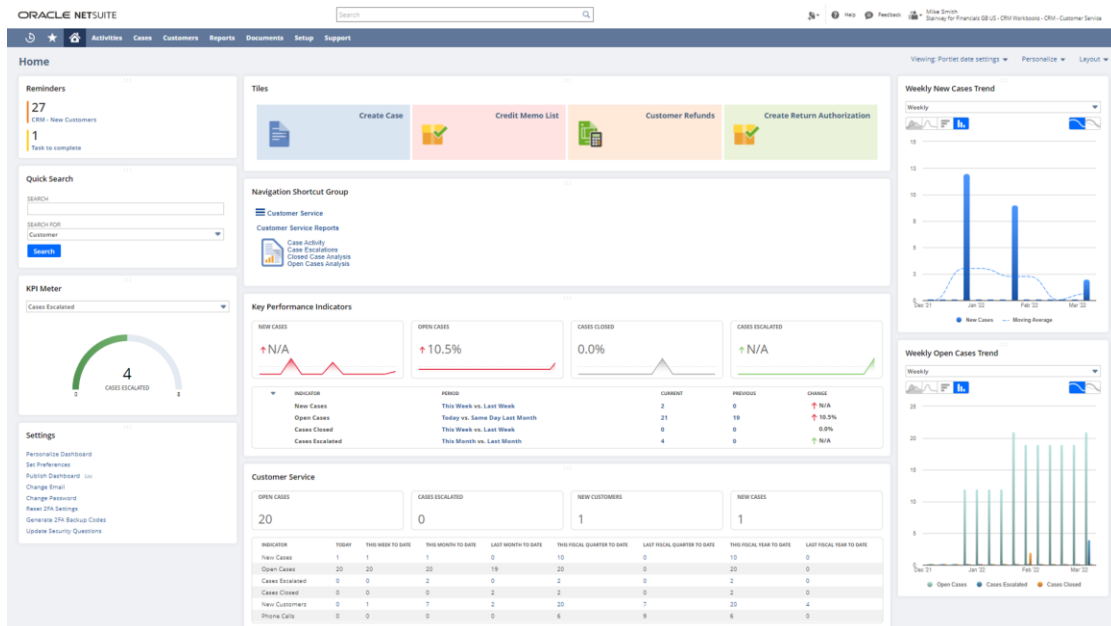
要使多渠道市场营销活动与销售工作自动保持一致，首先需要在单个源中维护销售线索、潜在客户和客户数据，以便可以细分和定制营销活动，从而使营销的影响力实现最大化。

营销活动启动后，团队可以通过销售漏斗跟踪市场营销合格销售线索 (Marketing Qualified Lead, MQL) 和销售合格销售线索 (Sales Qualified Lead, SQL)。由此可洞察哪些营销活动产生了质量最高的销售线索，并最终获得最多的收入。

是“小事”也是“大事”：客户支持的需求

致电服务中心的客户通常会提出非常具体的问题或描述非常明确的体验。无论情况如何特殊，客户都希望代表已准备好提供解答和解决方案。

为了及时提供满意的解决方法，客户服务代表需要访问广泛的信息，包括客户详细信息、过去的订单、付款历史记录、产品目录和库存。如果不能访问销售、仓库和财务团队可以查看的相同 CRM 数据，服务坐席在为可能不满的客户查找并提供准确有用的解答时会非常费力。



新的客户服务仪表盘

服务代表不仅需要轻松访问实时客户数据，而且还需要一个能够高效分配和升级支持案例的系统。一些企业手动分配支持案例。他们会先逐个查看支持案例，然后再决定谁将处理每个支持案例。但这种方法会延长首次回应的时间，从而导致客户排队等待超过必要的时间，并且在此期间问题可能变严重。需要升级时，如果能没有延迟地自动将案例分配给下一个最合适的人，则意味着赢得终身粉丝，否则将丢失未来的销售机会。

显然，公司需要有丰富、及时且完整的数据供整个企业访问。

扩展 NetSuite CRM

[NetSuite CRM](#) 是基于 [NetSuite ERP](#) 平台构建的，这意味着 NetSuite 的销售队伍自动化、客户服务管理和市场营销自动化功能本来就与订单和库存管理、商务以及财务结合在一起。这种集成使企业可以实时洞察销售预测、生成的市场营销销售线索以及客户满意度数据。

现在，新推出的 **CRM Add-On** 可满足需要更强大 CRM 功能的客户。

近期发布的此附加组件包括面向销售代表、销售经理、市场营销和客户服务的**新 CRM 角色和仪表盘**，它将所有 CRM 用户的特有需求放在首位，并且允许这些用户轻松访问他们最常用的 NetSuite 功能。

此外，CRM Add-On 还包括新的 **CRM Workbooks SuiteApp**。该应用程序具有 10 个侧重销售绩效 KPI 的预构建 SuiteAnalytics 工作簿。从头开始构建自己的报告会很耗时且容易出错，因此该 SuiteApp 设计用于消除销售报告过程中的繁琐工作和猜测。

通过该附加组件中包含的 CRM Workbooks 应用程序，您可以无缝采用 CRM 报告最佳做法，并访问关键销售绩效指标，例如商机预测、报价到销售的转化以及赢得与失去的商机。

CRM Add-On 为企业提供了内置的销售队伍自动化、市场营销自动化和客户服务管理先进做法，因此所有 CRM 用户都具备了适当的工具并可以在适当的时候使用适当的数据来履行其特有的职责。

您可从 [SuiteApp 市场](#) 获取 CRM Add-On SuiteApp。观看 [Suite Fundamentals 按需产品演示网络研讨会](#)，以了解有关 NetSuite CRM 的更多信息以及 CRM Add-On 的运行方式。