

## 新的 NetSuite CRM 附加項目：透過個人化體驗連結 CRM 使用者

Laralyn Ellsworth - NetSuite CRM 首席市場推廣產品經理

每個企業都需要尋找、獲取和保留客戶。在新興公司中，與此目標關聯的所有銷售、行銷和服務任務可能都由一個人獨力完成。然而隨著企業的成長，先前可以由一小部分人處理的職務很快就需要由一整個團隊來管理。隨之而來的便是通訊、資訊可見性和回應時間的挑戰；隨著公司出現資料孤島的情形，這些問題通常會在此時惡化。

NetSuite 的設計旨在將所有企業營運所需的資料集中在單一位置。例如，許多公司會先使用 ERP 管理財務，然後很快就會發現將銷售、行銷和客戶服務活動納入 NetSuite 的優勢。

對於管理客戶關係，組織若仰賴 NetSuite CRM 簡化銷售力自動化、行銷自動化和客戶服務管理處理，應該也會希望更深入瞭解銷售預測、行銷活動指標和呈報等問題。這也是 NetSuite 現在透過新的 **CRM 附加項目** 為客戶提供擴充 CRM 功能的原因，其中包含專為銷售經理、銷售代表和行銷及客戶服務團隊量身設計的角色和儀表板，以及預先建立的 **SuiteAnalytics 工作簿** 協助評量銷售績效。

現在來看看這些洞察分析對業務成長為何如此重要，以及如何取得這些洞察分析。

### CRM 平衡行動

隨著業務擴展，許多企業會個別解決銷售、行銷和服務部門的需求，導致不同團隊使用不同的軟體解決方案。緊接而來，經常是為了調節和整合儲存在這些異質系統的資料所帶來令人感到挫敗、昂貴且漫長的痛苦過程。

在這個過程中銷售績效、行銷結果和客戶滿意度的可見性降低，可能會阻礙成長並發生代價高昂的錯誤。

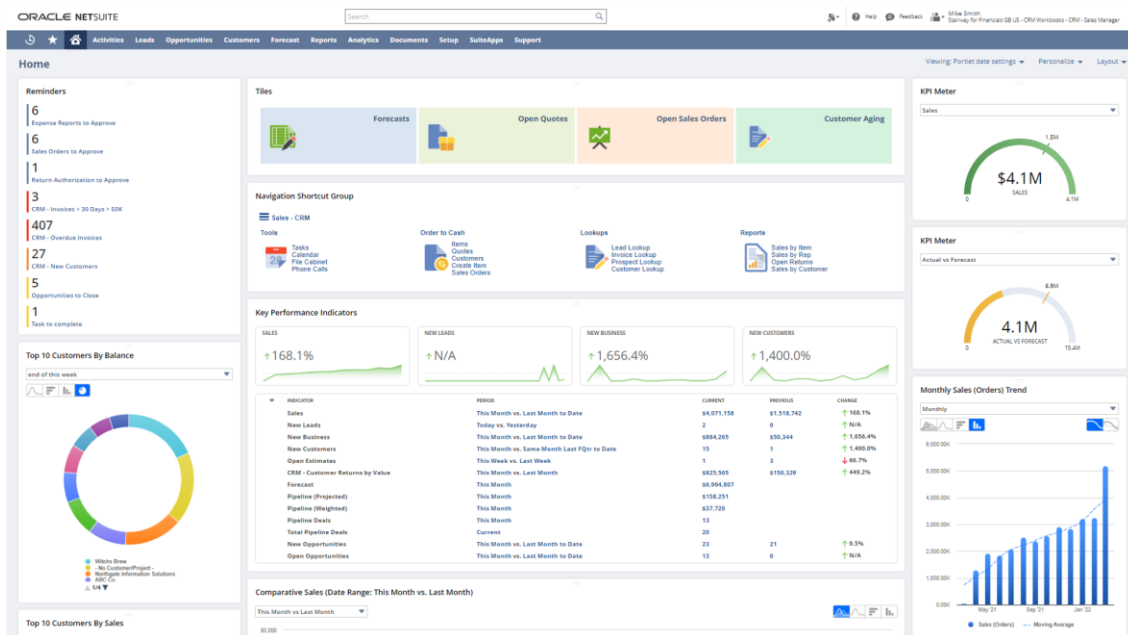
不幸的是，即使改為採用單一系統策略，同樣也會發生無法預期的後果。為了讓所有團隊共同使用，看似簡單、一體適用的工具通常最終都不適合任何團隊。功能不足及欠缺靈活性會導致使用人數降低，最終無法順利實施。

就 CRM 而言，在個人化使用者體驗和跨團隊連結性之間能否找到最佳的平衡，代表迎來的會是緩慢且艱辛的挑戰，還是業務快速成長的決定性因素。面對如此高的風險，您必須在選擇行銷、銷售和客戶支援解決方案時，謹慎瞭解並考量使用者的獨特需求。

### 共同願景、不同觀點：銷售人員需要什麼

您必須將 CRM 平台當作銷售團隊的總部，做為可能客戶、預測、報價追蹤和管理續約和向上銷售的可靠情報來源中心。

但是 CRM 使用者注重的事項不盡相同。銷售代表想要聚焦在立即任務上，例如下個通話對象、今天要會面的可能客戶，以及要處理進行中銷售商機的交易。他們的主要目標是達到或超越他們的配額。



新的銷售經理儀表板

銷售經理與銷售代表的共同願景為：成交及賺錢。為了達成此願景，他們所扮演的角色必須對日常業務有全盤的瞭解。他們必須確保銷售代表擁有成交所需的支援和資源，因此必須識別何時需要提供意見回饋、協助或其他訓練。

他們還必須確保行銷部門持續為銷售團隊的進行中銷售商機提供合格的潛在客戶，讓銷售代表有源源不絕的客戶。此外經理必須向高階主管回報銷售績效，但不想耗費太多時間尋找資料和建立報表，因此需要有簡易且可重複使用的方法來提供準確預測。

### **聯結和個人化：行銷人員需要什麼**

行銷團隊也需要可滿足需求的 CRM。通常行銷清單和行銷活動報表會與銷售資料存放在完全不同的系統中，因此難以將績效歸功於特定行銷活動。當無法將銷售佳績歸功於特定行銷活動時，行銷經理不但難以證明投資報酬率，也無法調整未來的行銷活動以獲得最佳成果。

若要讓多通路行銷活動自動符合投入的銷售人力物力，首先要有單一的潛在客戶、可能客戶和客戶資料來源，如此才能將行銷活動分段並針對每個區段量身設計以產生最大的影響力。

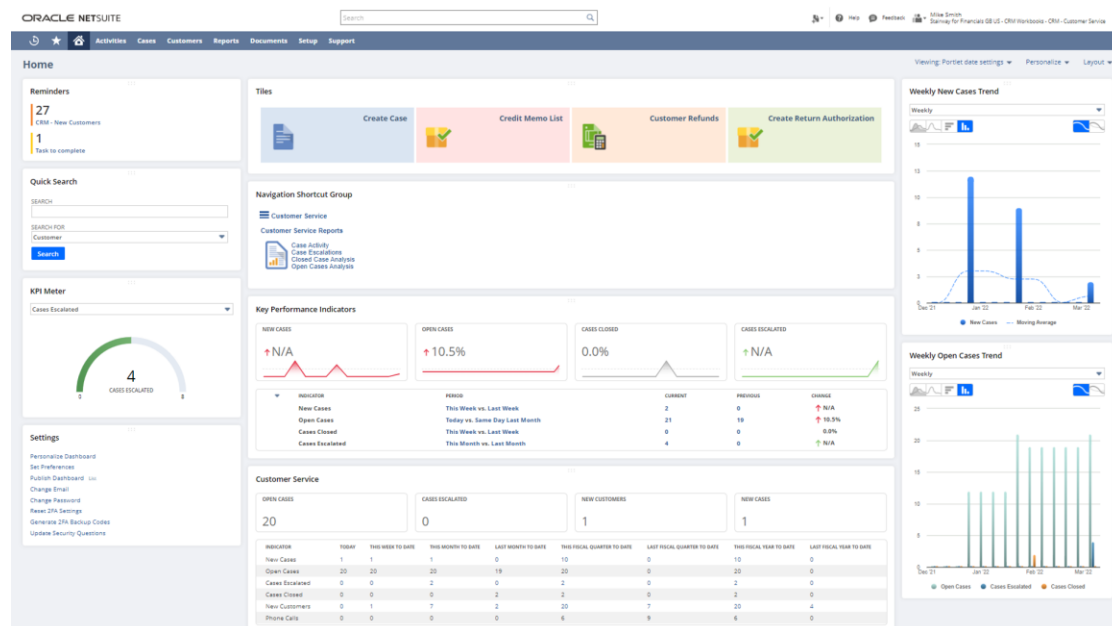
行銷活動開始之後，團隊可以透過銷售漏斗追蹤行銷合格潛在客戶 (MQL) 和銷售合格潛在客戶 (SQL)。此洞察分析可提供哪些行銷活動產生最高的合格潛在客戶數，以及最終產生最高收入的行銷活動。

### **魔鬼細節和關鍵大局：客戶支援人員需要什麼**

客戶致電您的服務中心，通常都有非常具體的問題或體驗要分享。無論具體情況為何，客戶會預期您的服務代表能迅速解答疑問並提供解決方案。

為了及時提供令人滿意的解決方法，客戶服務代表需要存取廣泛的資訊，包括客戶明細、過去訂單、付款歷史記錄、產品型錄和庫存。若無法存取與銷售、倉儲和財務團隊相同的

CRM 資料，服務專員在面對潛在心懷不滿的客戶時，可能會難以招架且無法提供正確且實用的回答。



### 新的客戶服務儀表板

服務代表不但需要輕鬆存取即時的客戶資料，他們還需要可有效分配和呈報支援個案的系統。雖然有些企業會手動指定支援個案、分別複查每一個案後再決定處理人員，這種方式會減慢第一時間的回應，讓客戶在佇列中等待時間過長，並讓問題在這段期間持續擴大。遇到需要呈報的狀況時，在不延遲的情況下自動將個案指定給下個最佳人選，將決定您會贏得終身客戶或失去未來的銷售機會。

毫無疑問地，公司需要豐富、及時且完整的資料，且各部門都需要能夠加以存取。

### 擴展 NetSuite CRM

[NetSuite CRM](#) 建立在 [NetSuite ERP](#) 平台上，這代表 NetSuite 銷售力自動化、客戶服務管理和行銷自動化已緊密整合了訂單與庫存管理、商務以及財務等層面。這項整合可為企業提供即時的銷售預測、產生行銷潛在客戶和客戶滿意度資料的洞察分析。

現在全新的 **CRM 附加項目** 可為客戶提供更強大的 CRM 功能。

最近發布的附加項目包含新的銷售代表、銷售經理、行銷和客戶服務 CRM 角色和儀表板，將 *所有* CRM 使用者的獨特需求放在最重要的位置，並且讓他們輕鬆存取最常使用的 NetSuite 功能。

CRM 附加項目還包含新的 **CRM Workbooks SuiteApp**，其中包含 10 個預先建立且聚焦在銷售績效 KPI 的 SuiteAnalytics 工作簿。從頭開始建立自己的報表很耗時且容易出錯，此 SuiteApp 的設計可讓您在建立銷售報表時不再需要進行煩人的工作和猜測。

附加項目內含的 CRM 工作簿可讓您無縫採用 CRM 報表最佳實務作業以及存取重要的銷售績效評量標準，例如商機預測、報價至銷售轉換以及成功與失去商機的比較。

CRM 附加項目為企業提供內建的銷售力自動化、行銷自動化和客戶服務管理最新做法，可針對所有 CRM 使用者的特殊角色和職責，在適當時機提供適當的工具和資料。

[SuiteApp 市集](#) 現已提供 CRM Add-On SuiteApp。請觀看 [隨選 Suite Fundamentals 產品示範網路研討會](#)，進一步瞭解 NetSuite CRM 並觀看 CRM 附加項目的實際操作。