



国际原料价格走向一直是新闻热点之一，现今社会方方面面都离不开石油及其衍生产品。作为一个产油大国，中国的石油化工产业发展蓬勃，客户遍及全球，为国家创造了丰厚利润。但是迅猛发展带来了另一个问题，即客户关系的管理。哪些是企业的优质客户，哪些供应商的产能可以满足企业需求，哪些贸易商能够帮助企业拓展业务？诸多问题不一而足，成为困扰企业发展的瓶颈。

中化国际（控股）股份有限公司（简称中化国际）运用Microsoft Dynamics™ CRM来解决上述矛盾，为企业客户关系管理注入了崭新的理念。



客户背景

1998年12月，脱胎于中化集团橡胶、塑料、化工品和储运业务的中化国际在北京成立，2000年3月，中化国际股票挂牌上市。中化国际上市后以市场化经营为价值导向，6年来，中化国际坚持向产业上下游延伸的发展战略，努力从外贸代理型企业向具有市场营销能力和稳定盈利能力的综合服务商转变，橡胶、化工、冶金能源、化工物流四大核心业务的市场地位不断提升，客户遍及全球100多个国家和地区，销售收入已突破19亿美元。

客户迅速增加的同时，中化国际的高层逐渐感到在管理上力不从心，主要表现在以下三个方面：客户资料的整合分类、产品价格的及时调整、客户的授信管理。

业务难题

“当时，公司高层意识到市场已由单纯的‘商品竞争阶段’转为‘客户竞争阶段’。在商品不断同质的趋势下，为客户提供服务、为客户创造价值，才是我们这类企业的核心竞争力。”中化国际CRM经理陈佩新如是说。

中化国际需要建立自己的营销体系，然而现实却是企业对于客户的很多情况实际并不了解。当时，中化国际提出了“细分领先”的战略口号，这其中一方面是要建立更好的产品结构，另一方面就是要针对关键客户进行挖掘。在此背景下，中化国际决定通过CRM来解决管理中面临的诸多问题。

- 缺乏科学手段管理客户资料** 中化国际的客户遍布全球，分为供应商、贸易商、终端客户三大类，每一类客户的产能或需求信息对公司制定年度销售目标至关重要。但这些情况都掌握在销售个人手中，销售经理不能掌握确切的资料，因而无法作出切实的销售预测。
- 无法实时查询产品价格** 石化类产品的价格随着原油市场价格波动时刻在变化，销售无法即时得到国际市场最新报价作为给客户的报价参考，常常为此给公司带来经济损失。遇到反复不定的客户，报价更是一日三变，经常引发不必要的争端。
- 销售业绩无法客观评价** 作为行业特色，大宗原材料贸易的利润率不高，经常收到市场因素干扰。如果客观的评价每单业务的实际利润率，其实是考核销售人员水平的客观依据。在激烈的市场竞争环境下，公司经营模式必须由原先合同额评估转向利润额评估转变。
- 提升授信管理能力缺乏有力工具** 石化产品单笔交易的金额就有可能达到百万元之巨，许多客户囿于企业本身现金流问题不得不暂缓付款，因此公司会给予客户相应的授信额度。但是授信管理获取客户信息的渠道来源单一，分析困难，需要建立更有效的信息收集渠道。

- **缺少客户关怀** 贸易壁垒逐渐消失，如何在产品品质、价格一致化的市场大背景下，保留客户？唯一的方式是在服务中产生衍生价值。如果缺少对客户的主动关怀和及时服务，最终导致客户的流失。

中化国际的高层管理者发现了问题所在，认为客户关系管理软件可以解决公司难题。在对国内CRM市场进行了长达四年的审慎考察时间，中化国际对CRM解决方案的自身要求也逐渐清晰起来：首先是CRM项目风险必须得到控制，项目不仅成功上线而且顺利运行；其次是CRM项目上线后可按需升级、匹配公司业务，并对业务产生带领、指导；第三是合作伙伴必须具备很强的技术能力和实施能力。

带着这样的考虑，中化国际最终将目光落在了微软和GrapeCity上。“微软是中化国际的长期合作伙伴，GrapeCity则是微软CRM解决方案在中国市场的合作者。”据陈佩新介绍，当时中化国际看中GrapeCity自1998年便开始在中国专注CRM领域，并且在2004年便将微软CRM解决方案引入中国市场，“经验丰富，实力也很强。”

Microsoft Dynamics™ CRM解决方案

GrapeCity向中化国际提供的Microsoft Dynamics™ CRM3.0包括销售、市场、服务、采购、授信、车辆等六大模块，涵盖公司日常业务的方方面面。

- **客户资料统一保存** Microsoft Dynamics™ CRM解决方案的重点是销售管理，销售模块的客户功能项按照供应商、贸易商、客户三大类分别管理中化国际的所有客户，将销售与其往来邮件全部保存在数据库内，销售经理只要输入客户名称便能看到所有该客户下的信息。
- **产品报价即时查询** 销售模块将产品价格查询单独列为功能项，由产品经理输入公司制定的价格及库存信息，帮助业务员及时调整给客户的报价。系统还设置“市场交易价格”、“外部行情”两大功能项，直接链接销售平时浏览参考价格的网站，销售能及时汇报产品经理外部价格动态为产品定价做参考，真正实现整个销售团队协作共享。
- **销售更简便** 对于中化国际，掌握有利的销售线索是工作的一个侧重点。客户的原材料年度需求、产能信息都是公司判断下一年度销售情况的重要依据，也是给客户授信额度的评判标准。以往这些资料都掌握在销售手中，使用Microsoft Dynamics™ CRM之后，产能信息、原材料年度需求信息、客户资料全部关联到一起。
- **报价单管理更高效** 石油化工产品的价格受市场影响很大，一笔交易从洽谈到最后下订单之前定价时有波动。Microsoft Dynamics™ CRM报价单管理功能项允许业务人员多次报价并对报价单进行重复修改，报价单在正式提交客户之前系统会自动交由产品经理进行最后审批，避免错误报价发送给客户。
- **服务管理提高客户满意度** Microsoft Dynamics™ CRM的服务管理模块设置了客户投诉、咨询两大类，帮助企业及时了解客户的反馈信息，提高销售与售后服务的质量，从而切实提高客户满意度。

解决方案各个模块切合中化国际日常业务方方面面，与微软Outlook相同的界面让业务员毫无陌生感，能非常快地掌握操作技能。

中化国际运用Microsoft Dynamics™ CRM构筑企业客户关系管理体系，在管理理念的转变上迈出了坚实的一步。微软CRM不仅帮助企业解决业务难题，简化工作流程，更重要的是将“客户为中心”的理念深植入每个销售人员的思想观念，提升整个销售团队的综合素质。

打造贸易企业核心竞争力——中化国际Microsoft Dynamics™ CRM案例

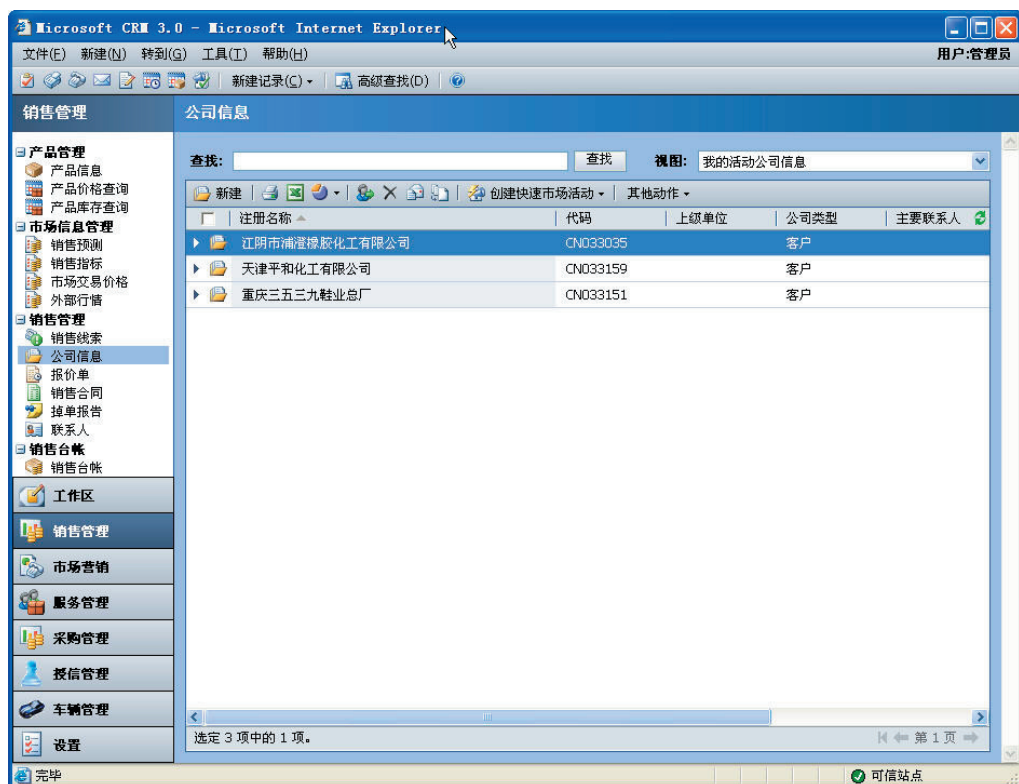


图1. Microsoft Dynamics™ CRM六大模块



图2. 客户信息详尽展示块



图3. 报价单界面

About GrapeCity

自1988年进入中国市场以来, GrapeCity长期为中国生产型和销售型企业提供各种管理软件和平台整体解决方案的开发、销售和支持服务。我们的专业领域包括客户关系管理(CRM), 企业资源管理(ERP), 企业内协同运作和知识管理等应用软件开发和技术支持服务。GrapeCity自豪的成就感来源于我们的方案和服务给客户带来的成功和价值。

作为微软金牌合作伙伴, GrapeCity拥有微软认证的五项能力: 商务解决方案、独立软件供应商、信息工作者解决方案、客户化开发解决方案、商业进程及整合解决方案。