

上世纪后期，随着B超、CT装置、核磁共振装置、直线加速器、超声定位体外震波碎石机、神经片位诊断系统、正电子断层扫描机、伽玛照相机等一批尖端精密医疗仪器设备的广泛应用，世界医疗器械产业发展迅猛。机遇往往伴随挑战一同出现，在讲究速度且竞争激烈的市场大环境下，如何使企业能够快速启动专门的内部网络(直销渠道)和外部网络(渠道销售网络)，从而降低各大销售要素的成本遂成为摆在中国医疗器械企业面前的一道难题。

希森美康医用电子(上海)有限公司借助GrapeCity提供的CRM分销管理解决方案，不仅规范了销售的日常工作，同时也通过信息、商业流程与销售应用程序将企业与其直接和间接销售渠道连接起来，从而实现销售过程的流程化，其成功经验可为同行者借鉴。

客户背景

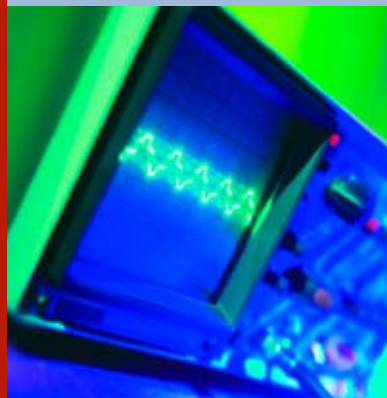
日本SYSMEX(希森美康)株式会社是一家跨国企业，创建于1968年，原名为日本东亚医用电子株式会社。主要从事临床检验设备及试剂的开发、制造和销售。日本SYSMEX株式会社集近四十年专业发展之经验，以领先的科技、创意的设计和卓越的品质而成为行业先导，尤其在血液分析、凝血分析、尿沉渣分析领域更处于世界领先地位，成为全球著名的体外诊断产品制造商。

希森美康的客户多为医院和医疗机构，主要通过各地经销商销售产品。公司内部仅服务部门使用自行研发的CRM处理客户热线、维修、保修等业务，对销售、经销商都缺少有效的管理工具。企业高层开始考虑是否有一种解决方案能将客户关系和分销商管理两相结合，规范销售的业务操作流程以提高效率，并通过对经销商加强管理增加市场的可预测性。

业务难题

在选型过程中，希森美康发现GrapeCity提出的以Microsoft Dynamics CRM为核心系统的分销管理解决方案最切合公司实际需求，在双方共同调研各部门需求之后，发现希森美康存在如下问题：

- **无法统计市场占有率** 市场占有率是衡量企业市场份额的重要指标。希森美康希望能够收集到累计占有率和阶段性占有率两方面的数据，以便分析研究市场的变化趋势。但因为分销商的库存、销售数据不够准确及收集不及时，无法正确统计市场占有率。
- **无法计算产品普及率** 除了市场占有率之外，希森美康对产品的普及率也十分重视。这个数据既是企业预测市场发展潜力的重要依据，也是直销人员和分销渠道业绩考核的重要指标。可是这些信息掌握在一线销售和分销商手中，一旦他们不能及时上传相关数据，希森美康对市场的预估常常产生偏差，也无法和渠道订立下一年度的销售指标。
- **对销售缺少管理** 医疗器械行业主要以分销商经营为主，但并不意味着公司就此放弃对销售的管理。希森美康发现大部分最终客户即医院联系人的资料都掌握在销售和分销商手中，一旦销售离职或者经销商中止合作，会给企业带来客户流失的风险。



- **分销渠道管理混乱** 希森美康的分销体系辐射全国，有些分销商还分布于二、三级城市，地区差异以及各种因素导致分销商水平参差不齐，公司的营销策略难以保证能及时贯彻到渠道中，另外沟通不顺畅还导致企业无法对分销商的缺货情况做出及时响应，也不可能准确地要求分销商预留安全库存。同时分销商还常常逾越销售区域的限制，造成分销商之间相互压价竞争，扰乱了市场秩序。

GrapeCity 分销管理解决方案

GrapeCity的分销管理解决方案以Microsoft Dynamics CRM为核心系统，作为企业内部的管理中心将销售、市场、服务等部门构成一个整体，统一管理客户和联系人资料、渠道信息、销售商机、销售人员活动、市场营销活动及服务活动等。同时作为方案的核心模块，CRM将与分销商管理系统、ERP系统分别接口，进行数据中转和分发。

分销商管理系统作为企业与分销商的联系中枢，将资料搜集工作从企业转到分销商手中，分销商可以通过这个系统管理日常业务包括入库、销售、库存、应收应付等，并直接汇报竞争对手的市场活动情况等关键信息。这些信息通过GrapeCity定制开发的接口上传到CRM中，企业管理者可通过比照两个系统中的数据报表制定相应的市场策略。

根据希森美康的需求，GrapeCity加强了以下几方面功能：

- **加强产品装机数据收集** 产品数据来源于销售对最终客户的拜访和经销商提供的信息。销售可以直接将从最终客户那里了解到的仪器配备情况输入Microsoft Dynamics CRM系统，从而统计产品的普及率以及市场占有率。经销商通过WEB输入销售目标、销售预测、库存等信息，需经销售和各级主管确认审批。
- **加强对分销商的管理** GrapeCity推出的CRM分销管理解决方案重点加强了企业对分销商的管理力度。CRM系统详尽收集签约经销商和备选经销商的资料，包括其负责的产品、区域，经销商工程师、销售以及管理者信息，同时希森美康还要求经销商填写销售目标和销售预测。既有助于避免分销商逾越销售区域限制互相压价竞争，也便于总公司及时制订本年度销售目标。
- **加强对销售的管理** CRM帮助销售人员将日常活动集中到最终用户拜访、销售意向、分销渠道管理三个工作重点上，提高了工作效率和销售成功率。CRM还可以对用户、销售意向、分销渠道相关的销售活动进行统计分析，并层层汇总，供各级市场销售管理者进行参考和分析。
- **加强对竞争对手的管理** 希森美康加强了对竞争对手信息的收集工作，除了记录市场上已有竞争

对手最基本的产品信息之外，还要求销售以及经销商记录在销售实战中遇到的竞争对手及其产品以备参考。在销售活动结束后，销售还需要分别总结公司和竞争对手的情况并填写丢单或赢单报告，从而作为管理者分析对手及公司优势并预测产品价格走势的依据。

- **加强售后服务管理** 希森美康原先使用自行研发的CRM协助服务部门管理客户热线、维修及保修事宜，显见公司对售后服务相当重视。运用Microsoft Dynamics CRM分销管理解决方案，企业将售后服务落实到了下级经销商，由经销商填写零件更换的维修单据并通过WEB传到公司申请保修，由售后服务部门人员对保修申请进行审批后再做发货处理，加强了对设备维修的监管力度。
- **加强市场活动的管理** 希森美康的市场部门经常会协助当地经销商举办活动，以往对于活动预算缺乏有效管理手段。GrapeCity运用Microsoft Dynamics CRM的市场模块帮助希森美康进行活动经费管理。同时经销商通过WEB上传的活动反馈信息也会集成到CRM系统中。

客户收益

实施以Microsoft Dynamics CRM为核心的分销管理解决方案，客户将在以下方面获得收益：

- **提高对市场动态把握能力** “用数据说话”是希森美康使用Microsoft Dynamics CRM最主要目的，公司用系统收集并统计进货达成率、签单达成率、库存率、销售预测达成率等数据，从而科学地计算产品普及率及市场占有率。
- **提升客户响应速度** 希森美康用Microsoft Dynamics CRM管理处理接到的客户投诉、报修电话以及经销商咨询与仪器使用相关的技术问题。对于客户的问题，可以及时转给当地经销商责成处理；对于经销商的问题则转给相应的技术部门，如此大大提高了服务部门的工作效率。
- **建立完备的服务知识库** 希森美康使用Microsoft Dynamics CRM逐步建立起知识库，对于客户和经销商的一些常见问题，答案都存放在知识库中。热线人员只要输入问题关键字便可找到相应的答案，从而实现在线回答客户问题。
- **规范和优化直销/分销的销售过程** Microsoft Dynamics CRM帮助市场销售人员更加贴近客户，贴近市场，进而实现提高效率和提高销售过程的可预测性。

GrapeCity的优势

作为整个系统的开发商，GrapeCity拥有多年管理系统的实施、开发经验。精通业务流程的实施专家不仅可以提供灵活有针对性的解决方案，并可在整个实施过程中提供持续不断的支持。GrapeCity是国内最早从事Microsoft Dynamics CRM研究开发的软件企业之一，并拥有西门子、中化国际、梅里亚动物保健、易初明通、希森美康医用电子、浦发银行、翡翠航空等国内外著名客户。在分销领域，GrapeCity凭借多年咨询、实施服务经验对这一行业有着深刻了解，能为客户提供最具有针对性的方案。

GrapeCity是由多元文化的技术研发、商业咨询、客户服务和管理团队组成的，长期的相互交流与协作，融合了各地优秀的文化特质：日本员工的团队意识、韧性、对品质一丝不苟的追求；美国员工的敬业精神、现代的管理和经营知识；印度员工的创造力、广阔的视野；中国员工的智慧、勤勉、积极进取的精神，这些宝贵的品质使GrapeCity及我们的客户受益匪浅。

GrapeCity介绍

GrapeCity是一家从事企业管理解决方案开发、实施、支持服务的国际化软件公司。自从1988年进入中国，GrapeCity以优质的服务、创新的才能、快速的反应能力在业内享有盛誉，并与众多软件业巨头建立起合作关系，将最为先进的系统率先引入国内，并通过切实努力帮助客户实现其预计目标。

GrapeCity的专业领域涵盖企业资源管理系统（ERP）、客户关系管理系统（CRM）以及基于微软2007 Office商务引擎开发的知识管理和协同解决方案。GrapeCity致力于为中国企业提供卓越的全方位商业解决方案，并同时为日本、美国提供软件外包开发服务。