

主题新闻



本期概要

- GrapeCity参加微软09财年奇迹之旅活动综合报道
- 欢迎来葡萄新城做客

携手成长

—GrapeCity参加微软09财年奇迹之旅活动综合报道



“奇迹之旅”活动隆重召开，告诉那些抱持怀疑态度的人们——比尔·盖茨留下的商业帝国依旧强大。

上海，曾经被称为“冒险家的乐园”，如今已成为中国最具活力的都市之一。无数人在这个城市为成功和梦想而努力，也包括这些人为之服务的企业。微软选择上海作为“奇迹之旅”的始发站，把梦想和成功的信念传达给每一位参会者。

GrapeCity同

没有人会否认，比尔·盖茨是一个传奇，连同他一手缔造的软件王国。当他宣布从微软正式退休摇身变为慈善家，我们不禁担心“后比尔·盖茨时代”的微软是否还能够竞争激烈的软件市场保持领先？8月28日，微软“09财年奇迹之

样属于上海这座充满梦想的都市，作为微软金牌合作伙伴GrapeCity当仁不让成为上海站活动的角色。在活动现场，GrapeCity搭建了展台用以展示公司全套解决方案。公司Dynamics CRM资深顾问也获邀扮演微软解决方案专家参与



绿树阴浓夏日长，GrapeCity（上海）公司大楼的改建工程已如火如荼地进行了一个盛夏。这次改建堪称“大手术”，由美国一流设计师Michael Whalen负责整体规划和内外装饰设计，从公司外观到内部格局都有新的变化。工程预计在十月底完工，届时一座超5A的写字楼将呈现在大家面前。GrapeCity计划在新大楼内进行智能化部署并严格门禁系统，充分保障客户资料的安全性。带着美好的期待，全体员工在临时板房搭建的办公室内一如既往地勤奋工作，争取以满意的业绩迎接大楼改建完成。

现场表演环节，结合GrapeCity实施过的案例经验总结企业在管理、人事、财务、销售、市场、IT、运营等方面的业务痛点并进行针对性演示，加深与会者对Dynamics CRM4.0各项功能的了解。

以销售和市场部门为例，GrapeCity的顾问总结了企业现存的一些盲点：

- 主管对销售过程的跟踪管理力度不够，无法准确了解销售过程发生了什么事情。分配给销售的任务也不能及时了解其执行情况。
- 企业使用的销售漏斗准确性不高，无法预测企业到底有多少潜在销售机会。
- 对分销渠道的业务发展缺少掌控。
- 市场活动不知道目标客户群是哪些，难以准确估计活动能带来多少销售机会。
- 每次组织大型的市场活动，相关的活动计划、人员和任务分配以及跟踪市场活动的执行情况都缺乏有效的系统管理。
- 市场活动带来的销售机会没有详细统计，因此无法衡量市场部门究竟能给公司带来多大的价值。

GrapeCity根据自身实施案例总结的客户难题不仅被微软采用作为介绍CRM4.0功能项的切入点，在当日的现场表演之后也得到了与会客户的广泛认同。会后，众多客户前往GrapeCity所在展台与解决方案专家进行了深入交流。



微软“09财年奇迹之旅”将历时一年，在14个重点城市共计举办15场大型互动沟通会。9月17日，“奇迹之旅”移师杭州，风景如画的西子湖畔迎来一位软件巨人以及慕名而来的数百家企业，GrapeCity依然是这场活动的主角。

作为浙江工业的龙头，杭州可谓长三角制造业基地。摆在制造业企业面前的难题不仅仅局限于生产流程管理，而是涵盖整个供应链体系。当日微软“奇迹之旅”的主题活动正是就Dynamics AX如何提高企业物流仓储配送环节的效率同与会者进行交流讨论。Dynamics AX是微软针对中小型企业推出的ERP软件，其方便、易用性广受好评，是欧洲大部分制造企业采用的企业资源管理软件，GrapeCity的AX客户中就不乏来自欧洲的生产制造巨头。

杭州站活动推出的AX物流仓储配送解决方案可以优化收货、定位、提货和订单执行。GrapeCity的顾问现场演示了该解决方案在工作环境中的一个运用实例——将RFID（射频标识）技术引入系统，结合仓库管理中的各个工作点全面管理收货、托盘、库位、货物上架、移库以及最终发运的一整套流程。

与上海站一样，GrapeCity在会议现场搭建了展台用以展示公司所有的解决方案。从现场得到的反馈分析，大部分客户对Dynamics AX以及CRM、MOSS均表现出浓厚兴趣，同时也对GrapeCity为众多知名企业提供过实施服务的资历十分认同。

纵观GrapeCity成功的客户经验，尽管客户使用的系统不尽相同，但有一点认识却是放之四海而皆准——员工是企业取得商业成功的根本驱动力，软件则是与员工发展息息相关的工具。因而当企业考虑选用某个系统时，那些最能帮助员工开展工作并提高效率的软件，方可称之为“工具”。

