

# 易客 CRM-管理员(老板)用户 引导

易客 CRM-Boss 用户 引导.....	1
OverView/概要.....	2
易客 CRM 是软件，也是工具.....	2
主要功能模块.....	2
谁来使用易客 CRM? .....	2
Notice/您需要注意.....	3
销售人员对 CRM 的态度决定了 CRM 的效果.....	3
Confirm/您需要确定.....	4
个人客户 & 企业客户.....	4
使用合同，还是使用订单? .....	4
客户式跟踪还是销售机会式跟踪? .....	4
是否启用库存管理.....	4
获取免费试用.....	5
什么是试用帐户，什么演示帐户.....	5
获取试用帐户.....	5
开设新用户.....	6
需要几层用户? .....	6
允许开设几个管理员? .....	6
数据权限是怎样的? .....	6
个性化设置.....	7
上传企业 Logo（标志） .....	7
设置数据字典.....	7
开始应用.....	8
第 1 步：应用培训.....	8
第 2 步：确定操作规范.....	8
第 3 步：配套制度.....	9
第 4 步：数据准备.....	10

## Overview/概要

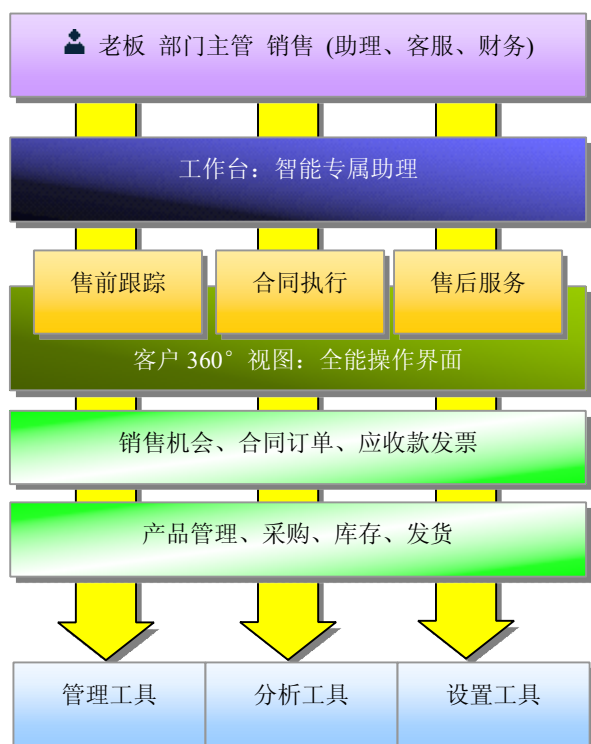
### 易客 CRM 是软件，也是工具

既辅助老板，也帮助销售人员。

销售人员的专属助理，享受销售过程乐趣！

管理人员的理想工具，打造销售团队凝聚力！

### 主要功能模块



管理整个销售环节以及销售相关的各环节

### 谁来使用易客 CRM?

下面方式都可以发挥 CRM 的功效，由企业的具体情况而定：

1. **老板、主管、全部销售人员**

全部销售相关人员使用 CRM，可以获取销售过程数据和结果数据，实现实时管理。

2. **老板、主管**

销售人员不配电脑的企业，由老板和经理层使用，可达成结果管理，过程控制较少。

3. **老板、助理**

企业规模较小的企业，助理负责数据的录入，老板查询或分析。主要实现数据管理，可为企业发展打好商业数据的基础。

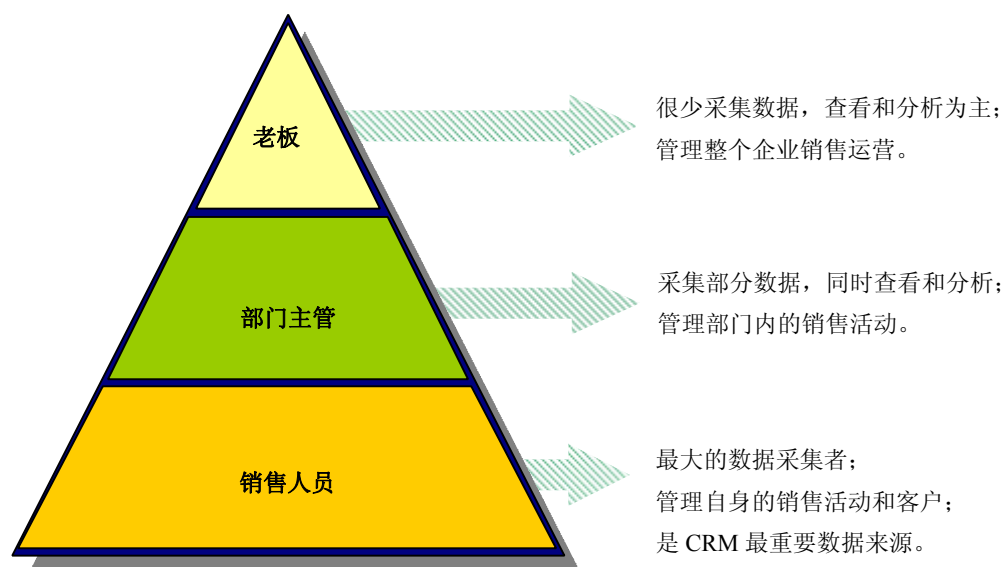
## Notice/您需要注意

### 销售人员对 CRM 的态度决定了 CRM 的效果

- 销售人员是实时数据的采集者，是销售活动的参与者和执行者。
- 不应传递给销售人员这样的感觉：“CRM 是老板用来限制和管理我们的，是负担！”
- 要让销售人员感受到：“易客 CRM 是个不错的工具，对我的工作确实有帮助”

作为易客 CRM 的设计者，我们已经充分考虑了这个问题，通过产品设计和操作界面优化，让销售人员用起来舒心，方便。企业的老板或管理者在部署 CRM 应用时，请您多向销售人员介绍它的工具特性：它能够像专属助理一样辅助销售人员享受销售过程。

经验表明：这一点很重要。



CRM 数据金字塔图示

## Confirm/您需要确定

易客 CRM 功能很多，在启用之前，确定一些功能的选择会加快启用过程，包括：

### 客户 & 联系人

客户是公司，联系人是对应公司中的联系人，一个客户可能有多个联系人，关键联系人的信息会同步到客户信。

比如：上海瑞策软件有限公司，就是客户；

瑞策软件的郑先生，丁先生，李先生，张小姐，就是联系人。

在新建客户时，如果是个人客户，也可以把个人客户写入到客户信息中，通过客户类型区分企业客户和个人客户；在查询和维护中，没有明显差异。

多数企业既有企业客户也有个人客户，企业客户一般都有多个联系人。

### 合同 & 订单

在易客 CRM 中，合同和订单统一在合同订单模块中管理的，都支持对应收款的计划、收款记录和发票的管理。区别在于：

	合约类型	包含产品种类	产品需关联库存
合同	服务类产品合约	一个或者少数的几个	可以为产品增加虚拟库存来解决
订单	实物类产品合约	一个或者多个	支持

简单说：订单更适合与实物型销售的企业，其不仅在一次销售多种产品时操作方便，还支持产品的出库和发货。

注意：对于服务类的产品，产品的库存可以设为无限大，这样就可以统一服务类产品和实物类产品的管理。

### 客户式跟踪还是销售机会式跟踪？

在售前跟踪时，根据销售模式不同，可分为**客户式跟踪**和**销售机会式跟踪**。它们的区别是：

	跟踪主体	操作界面	适用范围	建议
客户式跟踪	客户	客户视图	几乎所有的销售模式	客户多，跟踪过程较短
机会式跟踪	客户的销售机会	销售机会视图	大单且售前跟踪期很长，几个月甚至更久	复杂的售前跟踪，需分阶段管理

**销售机会跟踪**注重售前的阶段、可能性、预期金额等非常详细的参数。适用于大单、跟踪周期较长的跟单模式。一般适合于大项目打单的销售模式。

**客户式跟踪**以具体的行动为主，比如电话、邮件、拜访等，跟踪周期较短，且并不把售前分为很多阶段。如果每个销售每月跟踪的售前期客户在几十个甚至更多，一般使用客户式跟踪比较合适。

### 是否启用库存管理

如果需要使用库存管理配合订单发货，则需要对产品、仓库、库管等初始设置后，方可启用。具体过程可通过易客 CRM 提供的视频培训会议、支持文档，或拨打 400 680 5898 了解。

## 获取免费试用

### 获取试用软件

1. 访问网站，<http://www.c3crm.com>
2. 点击注册免费试用 30 天按钮，如下图：



3. 填写注册信息，Email 地址要写清楚，提交。
4. 在一个工作日内，您会收到易客 CRM 试用版下载地址。
5. 根据简单的安装说明(解压缩到 d:/xampp 目录下即可)安装易客 CRM，通过浏览器访问 <http://localhost>，输入默认的用户名和密码(都是 admin)，即可登录进入易客 CRM 中。

注意：系统默认的 admin 用户，在易客 CRM 中，这也是最高管理权限的用户。

### 如何清除演示数据

- 在易客 CRM 试用系统中，有大量的模拟数据，用于直接感受系统功能。
- 一般用于在线培训和新功能体验。
- 可以一键删除演示数据，如果需要删除演示数据，可以联系我们的顾问，帮您一键清除，清除后请立即删除清除文件。
- 客户在试用期间输入的数据可以转到正式系统中，无需担心，请输入正式数据测试系统。

## 开设新用户

### 需要几层用户？

易客 CRM 的人员角色设置灵活，可根据企业情况设置为两级、三级、或者四级结构。

1. 用户级别分为 老板、主管或助理、普通员工。部门主管可以带助理。

2. **二级人员结构：公司(老板) - 员工。**

**三级人员结构：公司(老板) - 部门(主管)-员工。**

**四级人员结构：公司(老板) - 部门(主管) - 部门(主管)-员工。**

注意：可能这里的用户级别名称与贵司的职务名称可能不同，CRM 中的级别只代表不同的数据权限，并不等同于现实生活中的职务。

## 允许开设几个管理员？

至少有一个管理员用户，可以设置管理员老板。

多个管理员用户之间，数据权限没有区别。

还可以设置**没有管理权限的老板用户**，没有账户权限指的是不能设置 CRM 系统的各种参数，但可以管理公司全部的销售数据。可用于副总、总经理助理等，有时也用于财务人员。

在设置角色时，可以指定：**查看所有权限**和**编辑所有权限**。

## 数据权限是怎样的？

易客 CRM 的数据权限基础是：根据上下级关系的自动权限，**只要设置好用户的上下级关系，就自动实现数据权限**，包括：

1. 数据权限以客户为中心，相关的联系人、日程任务、销售机会、合同回款等子数据权限依附于该客户的权限，如果需要查看子数据的详细信息，需要具有子数据信息的权限
2. 销售人员只能管理自己录入的客户数据
3. 经理、总监可以管理自己和下属录入的数据，部门间是互相隔离的
4. 老板用户可以管理整个公司的数据
5. 在自动权限基础上，可以对个别客户共享或转移权限

另有一些易客 CRM **每个模块的字段也可以设置权限**，比如，不能查看产品的成本价字段，不能修改客户的联系电话等字段权限。

## 添加 CRM 用户？

管理员根据所购买的用户授权增加用户，每个用户必须有一个角色，用户的权限是通过角色来实现的。**至少有一个管理员用户，可以设置管理员老板。**

用户登陆和角色

保存 取消

\* 用户名

\* 密码

\* 确认密码

\* 姓名

\* Email

部门

管理员 ☐

状态

\* 角色

\* 电话

\* 手机

# 个性化设置

## 修改企业信息

打印单据时，易客 CRM 系统会调用企业的信息，例如 logo，联系电话和地址等。  
在菜单：控制面板→公司信息 内操作。

## 设置系统

为了满足企业的个性化需求，在易客 CRM 中，管理员可以对系统进行设置，如下图：



注意：控制面板菜单负责对 CRM 各种参数的设置，只有 Boss 用户（有管理权限的）可以看到。

# 开始应用

## 第 1 步：应用培训

易客 CRM 向潜在客户和客户端提供的培训方式很多，包括：

- Flash 操作动画
- 说明手册下载
- 网络视频培训会议（推荐！）效果最好，我们会有专门的售前培训人员在线为贵司的用户讲解使用方法和操作步骤。经验表明，半小时到一小时的培训会可以解决大多数操作问题。

## 第 2 步：确定操作规范

操作规范可以让公司各员工内对 CRM 的应用符合相同规则，这样大家的数据习惯保持一致，便于协作管理。请您根据“Confirm/您需要确定”部分的几个问题，统一确定贵司对 CRM 的应用规范。举例：

### CRM 统一应用规范（参考）

1. 录入正在跟踪的客户，未签约的作为潜在客户，已经签约的作为普通客户，在客户试图内记录客户的联系人
2. 用待办任务安排每天的客户跟踪计划，并设置手机短信提醒
3. 把客户来电、来信、来访、在线等沟通内容记入联系记录。沟通内容的要点直接记入标题中，便于日后在客户的最新进展中查看。
4. 使用合同订单记录客户合约，使用出库和发货
5. 根据合同订单生成应收款计划，同时记录收款记录和开票记录
6. 按每天跟踪情况，调整热点客户，增加或减少，每人设置的热点客户不超过 10 个
7. 工作总结(日报周报月报)用于对客户的主观评价或需要其他部门协助的说明

注意：这只是一个例子，可能根据实际情况不同有差异，比如不需要合同直接发货，比如不需要出库就直接发货等。具体情况可以和我们沟通，请来电咨询：400 680 5898

把操作规范发给每个员工，统一使用方法，确保数据获取的一致性。

## 第 3 步：配套制度

通过一些辅助推行 CRM 的行政制度，可促使 CRM 启动更加顺利。

颁布行政制度不是目的，让销售人员开始使用并感受到易客 CRM 的与众不同，进而开始喜欢这个工具库带来的便捷，才是终极目标。基于这个目标，我们在制定配套制度时首先要充分考虑到销售人员的感受，避免由于制度生硬而催生抵触情绪。

启发：

1. 基于良好的销售习惯



2. 基于解决销售人员日常头疼的问题
3. 基于易客 CRM 是销售人员工作助理
4. 结合 CRM 应用，清晰标准但避免生硬
5. 和考核数据结合，比如：销售业绩的计算以 CRM 中的数据为准
6. 管理层查看数据汇总可通过 CRM，比如综合报表，统计图等

参考：

下面提供一个配套制度的参考，配套制度和应用规范也经常放在一起。根据每个企业具体情况不同，请在参考应用时根据贵司情况作相应的调整。

#### CRM 销售工具应用细则：

- 1、总则：近期公司引入先进的辅助销售工具软件：易客 CRM，旨在降低由于销售工作“杂、细、急、累”等特点给销售人员带来的工作压力；辅助条理各种销售数据，达成科学记录、智能分析、自动提醒的效果。
- 2、适用范围：公司内全部销售人员、销售经理、客户服务部、财务相关人员、市场部。
- 3、日常应用细则：
  - a) 关于**潜在客户**：
    - 录入潜在客户基本信息和联系人信息，CRM 可以发短信和邮件，手机号码和邮件地址须准确，不能使用全角数字和字母。
    - 从即日起，开始使用客户视图内的联系记录对客户拜访、电话、邮件等跟踪内容。
    - 每次跟踪客户后，须安排下次跟踪回访的时间和要点，作为待办任务加入该客户的客户视图内。
    - 每天下班前，回顾当日销售活动，查阅第二天的待办任务和日程，并补充添加第二天的工作安排，以待办任务分别记入各客户视图内。
  - b) 关于**热点客户**
    - 当客户可能在本月签单，且把握较大时才作为热点客户（注意：条件请根据贵司情况而修改）
    - 客户签约后，热点取消；客户签约出现问题搁置，热点也取消
    - 每个销售人员所设置的热点客户人数不多于\_\_\_个（注意：一般 5-10 个为宜，热点过多即失去热点的意义）
  - c) 关于**正式客户**：
    - 录入以往的正式客户基本信息和联系人信息，要求同潜在客户。如果是由潜在客户转为正式，需要修改该客户的状态字段内容为“已成交”。签约或发生购买是潜在转为正式客户的标志。
  - d) 关于**合同订单**
    - 使用订单记录签约情况，在编辑订单明细产品时，须注意折扣。
    - 使用订单中的发货功能记录发货情况，如果发货产品有涉及到库存，则需要库管确认相应出库单出库后再发货。
  - e) 关于**应收款和收款**
    - 由销售人员根据合同订单制定应收款计划，也就是应收款项，记入订单视图或者客户视图均可。在到期前一个月会在工作台出现提醒。
    - 由财务人员统一记录收款，收款时需指定所对应的应收款，另外记录回款时须确定回款方式，收款后，应收款的状态自动变为已收。
    - 发票记录也由财务人员统一录入。

- f) 关于**客服**
  - 客户服务部使用**客服控制台**查询客户资料，记录服务情况和客户投诉。当遇到客户投诉时，需马上反应给客服经理，客服经理负责跟踪投诉的处理和反馈，处理和反馈客户的时间不得长于一个工作日。
  - QA 的整理由客服经理统一安排，客服经理对 QA 内容的准确性负责
- g) 关于**库管**
  - 库管负责审核**入库单**确认入库、审核**出库单**确认出库。
  - 盘点工作每月一次，记录盘点差异和原因。
- h) 关于**销售目标**
  - 以销售回款和当月的合同额作为主要目标参数
  - 由总经理制定各小组**目标值**，组内各销售人员目标值由各经理制定
  - 每月 5 日之前，当月目标需制定好，各销售人员可在工作台自我激励模块查看。对目标值有疑问的，须向上级沟通。不可随意自行修改目标值。
- i) 关于**内部公告和知识库**
  - 内部公告为销售部门公共信息发布专用，无关信息不可发布
  - 知识库内会发布行业发展情况、销售技巧和公司产品的一些技术文档，可供大家在销售过程中取用
- j) 关于 CRM 中的**短信**
  - 用 CRM 发短信只用于工作，由于短信日志不可删除和编辑，请不要发送私人信息
  - 发短信时直接写手机号码，外地号码不需要加 0；如给小灵通发送，先写区号再写小灵通号，中间不能空格不能增加其他字符，前面也不需要增加任何数字。

#### 4、考核方法

- a) CRM 的学习应用时间 1 周，\_\_月\_\_日起，全面开始应用 CRM。公司将不再向销售部收取纸面销售日报，数据以 CRM 为准。如果因不会未能按时启用 CRM，可及时和易客 CRM 公司联系在线培训。一个月内仍然无法正常启用 CRM，则扣除\_\_\_\_\_。
- b) 潜在客户和客户的跟踪情况和安排，须准确记录要点，各部门经理通过 CRM 数据考核跟踪客户的频率和质量，并根据待办任务情况检查销售跟单计划。对跟踪记录内没有关键内容，或者没有安排待办任务的情况，均属于没有正常应用 CRM 工具，则通过\_\_\_\_\_的方式予以通告，并要求及时补充这些数据，否则不能参加当月的\_\_\_\_\_奖励。

注意：这个细则仅供参考，一定要结合贵企业情况具体调整，以致适用。

## 第 4 步：数据准备

数据准备工作不是必须的，对于以往没有电子版的客户数据、产品种类不是很多或者说服务型产品的企业，可以跳过这个环节直接开始使用。

本环节分为几个部分：

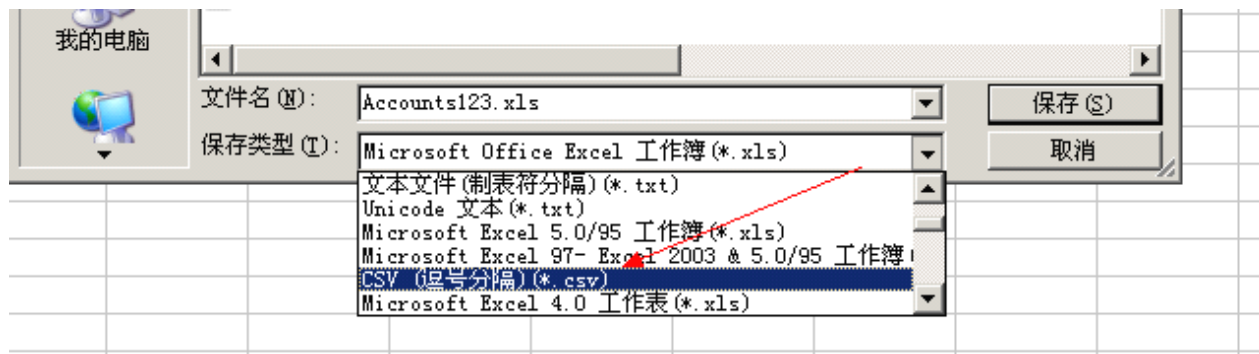
### 1. 客户和联系人批量导入

适用于有电子版客户资料，如果没有则不用导入，直接新建客户即可。

注意：1) 很多公司 Excel 中的客户和联系人资料是在一起的，一般先导入客户，然后导入联系人，导入联系人时，一定要选择客户名称，系统会根据客户名称自动匹配客户模块中客户信息的。

2) Excel 目前只支持微软 2003 的 Excel，2007 的需要另存为 2003 格式，Excel 中有可能有一些易客 CRM

系统不能识别格式，在导入之前，先把 Excel 另存为 CSV 文件(清除格式)，然后打开 CSV，再另存为 Excel，这样导入就不会有格式问题。



## 2. 产品分类设置和产品导入

产品种类较少时也可直接新建产品

## 3. 仓库设置和库存初始化

适用于需要管理仓库的企业

说明：

如需管理仓库和库存，使用 1、2、3 三个步骤；

如果没有仓库管理的要求，须操作 1 和 2 两部分；

有些公司以服务为主，没有实物产品，比如资讯、旅游、技术服务等，也可以只做 1 的操作。

一切准备就绪，现在可以全面启用 CRM。