SaaS 不仅改变了软件的交付方式，还改变了软件供应商和客户一起工作的方式。改变游戏的是数据。对整个平台的性能数据具有可见性的供应商，现在有机会了解成功客户的最佳实践，并为不同的客户类型和行业细分创建性能基准。他们可以使用这些数据洞见来帮助他们所有的客户从他们的软件实现中获得最大的价值。

通过有一个强大的订阅模式，它有助于激励供应商有一个持续的激励，以确保客户从他们的订阅中获得持续的价值。使用本地软件，帐户管理可能包括被动的客户支持和销售附加组件和升级的努力。现在，这种功能已经转变为客户成功，一种更全面的努力，在整个产品生命周期中，供应商和客户共同分担实现价值的责任。

这对于客户和供应商来说都是相对较新的。在 Coupa 建立客户成功组织的早期，如果客户说 “嘿，我遇到麻烦了”，我希望每个人都能参与进来帮助他们，因为没有比客户更重要的事情了。

现在，仍然没有比客户更高的优先级了，但随着我们和其他 SaaS 供应商扩大规模，并建立起拥有一批职位参与者的专用团队，我们需要创建一个集成的客户管理框架，以确保在部署的早期阶段，在整个部署过程中，价值始终处于前台和中心位置。以下是 Coupa 是如何解决你的 this...for 的 ！

* [ICM 值步骤](https://success.coupa.com/Success/Integrated_Customer_Management#3b2e8ea7-f83c-f589-2f58-f5249bfdfcc4)
* [价值发现](https://success.coupa.com/Success/Integrated_Customer_Management/01_Value_Discovery)

价值发现帮助客户计算出他们将通过软件实现的业务价值。

* [价值实现](https://success.coupa.com/Success/Integrated_Customer_Management/02_Value_Realization)

解决方案是为了确保客户成功而设计的，并列出了关键的价值目标。

* [价值优化](https://success.coupa.com/Success/Integrated_Customer_Management/03_Value_Optimization)

Coupa 与客户一起优化设置和实现成功度量的系统和过程。