

O2O销售CRM

建设之路

饿了么 刘潇

刘潇

9 年互联网从业经验，6 年被调侃为“潇爷”，覆盖B端CRM产品 + C端电商核心业务领域

目前负责饿了么**销售CRM**搭建，推动内部统一销售系统，并逐步升级迭代



O2O

从引流的轻业务模式
向全流程线上化闭环发展



“CRM”

从单一业务场景，到全链条的企业
发展集成

客户管理

业务生产

项目协同

办公OA

数据和业务闭环

对于商业型自建业务发展系统，必须考虑**统一、
串联、打通**

外卖O2O

Make everything 30 minutes

流量

供给

订单

履约

交易前台

引流

主站

导购

搜索

交易下单

用户体系

交易后台

供给生产

店铺

商品

营销

交易订单

合同

清结算

履约结算

物流配送

代理商管理

骑手管理

本地化 + 即时性

本地化的本质是什么？

业务、组织、运营、协同

配送圈 - 用户圈

网格

商户圈 - 业务管理圈

业务发展本地化

- 交易本地化：用户流量、商户供给
- 业务管理本地化：销售管理、物流配送

● 用户
● 商户

陆家嘴

陆家嘴战营

小王

九六广场商圈

福山路商城路

小张

国金中心商圈

浦东大道崂山路

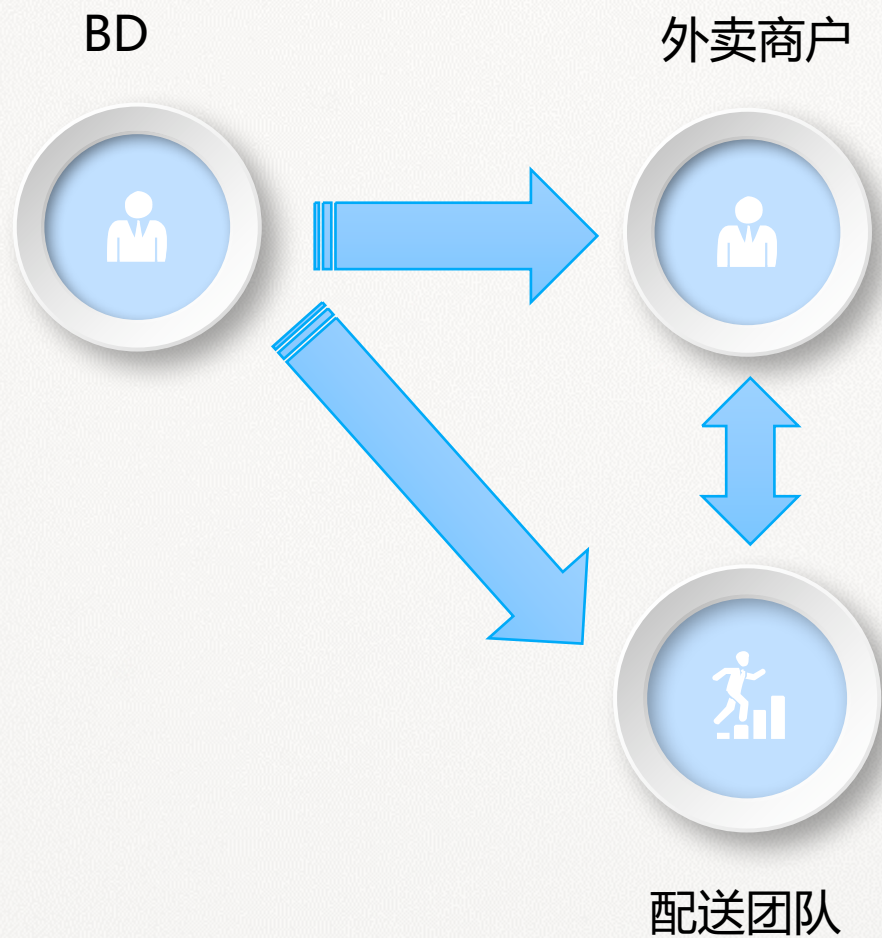
小李

浦东南路浦电路

杨高中路桃林路

组织本地化、策略网格化

- 业务部门组织层级，对标业务本地化发展的基本单元
- 业务策略，从城市层级细化到网格化颗粒度



协同的本地化

- 商户与BD:
行业、竞争、商户特征
强执行、强落地
- 配送与BD:
交易、物流的平衡之道，协同发展

CRM+

从管理客户关系，到帮商户做好
生意



轩辕

饿了么开拓O2O市场的销售专家

销售管理业务闭环

- **销售**
总部大脑
BDM-销售管理者
BD-一线销售/市场经理



- **商户**
- **用户**

CRM升级之路



工具化



- 客户关系管理
- 业务生产
- 策略执行

- 核心链条线上化
- 客户数据线上化
- 标准动作线上化
- 高频操作线上化

工具化

销售生产



店铺



商品



营销



配送

客户关系



商机



轮转



漏斗



网格

管理工具

销售工具

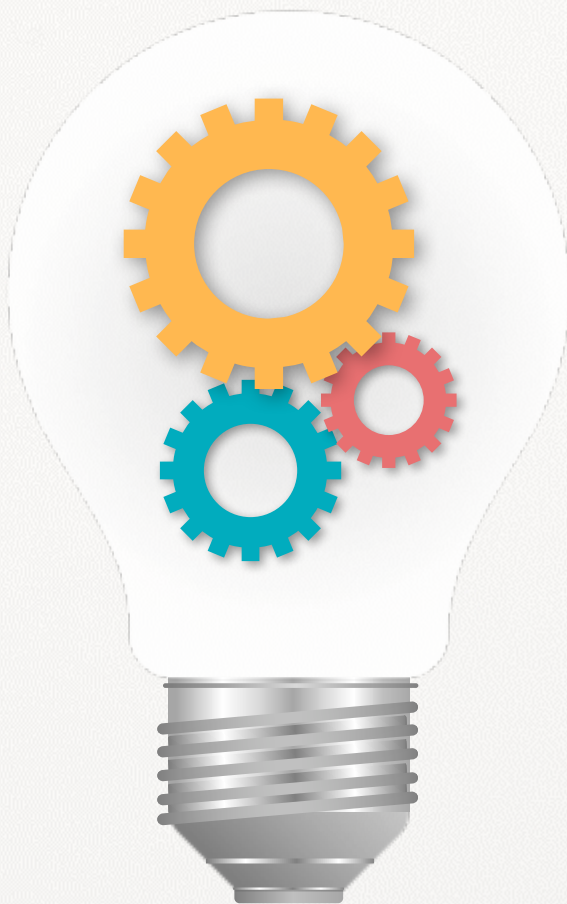
数据产品

信息协同

基础体系

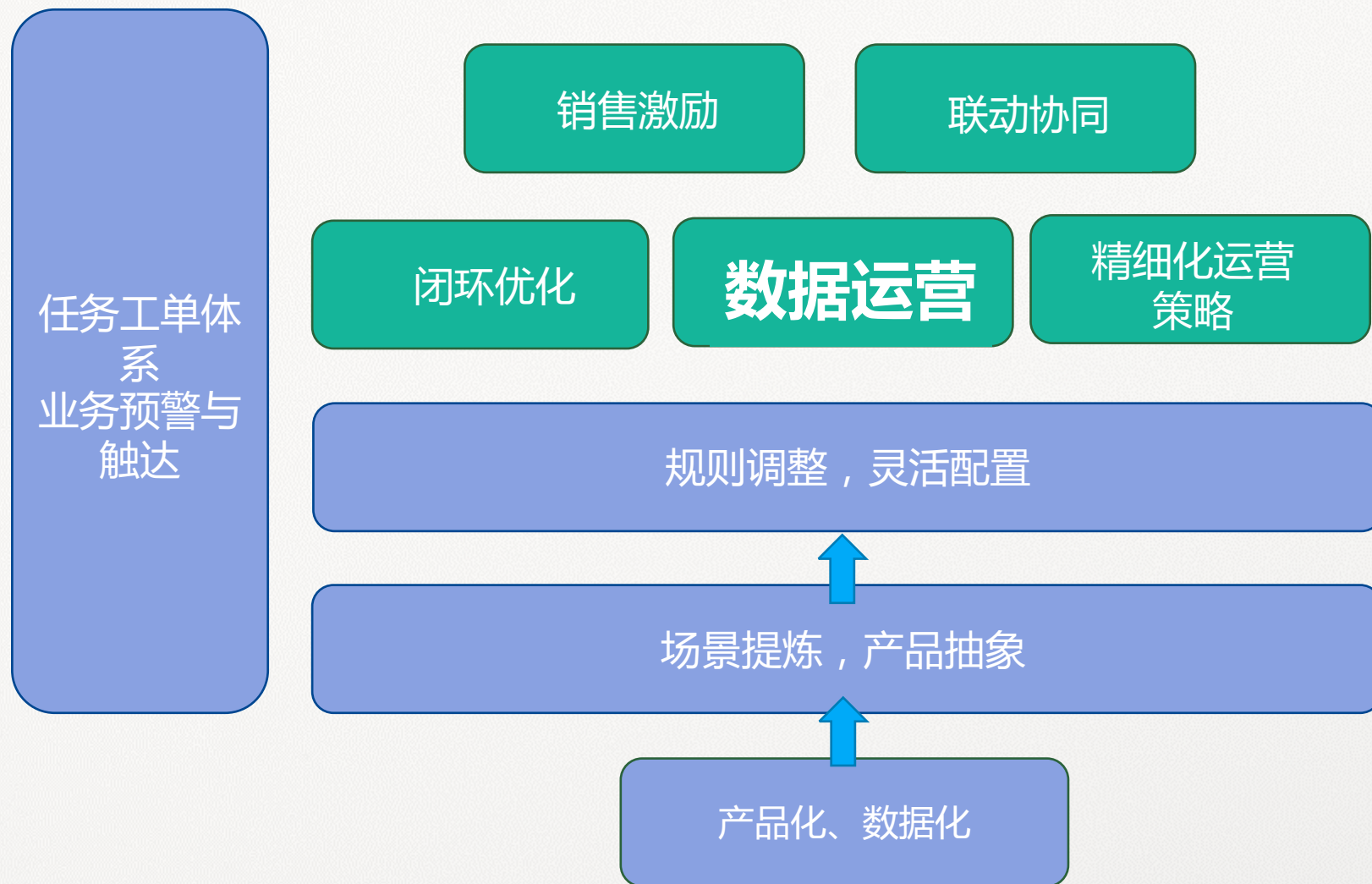
信息触达

运营化



- 规则管理
 - 激励管理
 - 数据运营
-
- 从野蛮作战到精耕细作
 - 从人肉作战到数据运营、规则运营

运营化



智能化



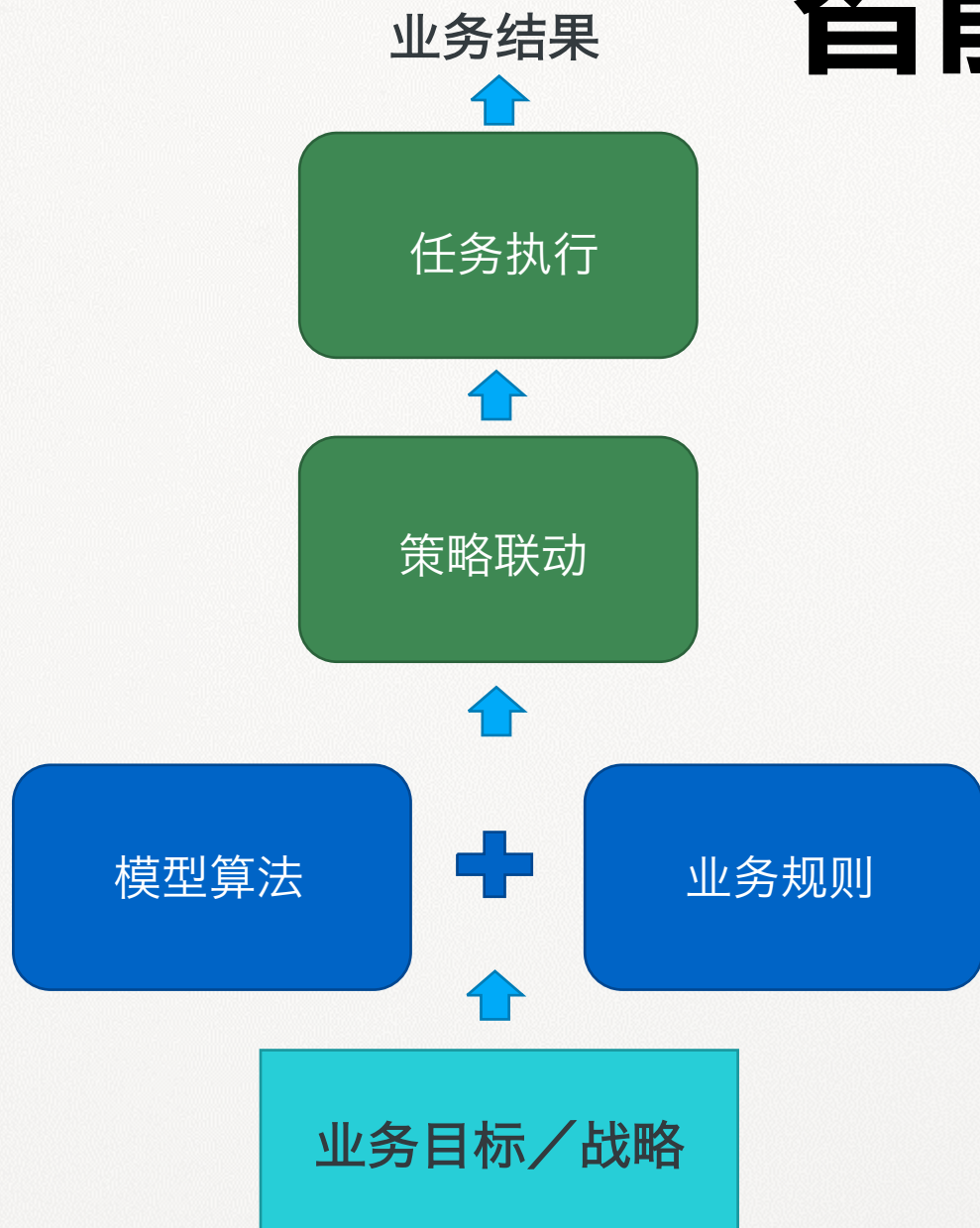
- **目标管理**

从目标、战略到执行落地，自动化联动，全链条监控，趋近目标

- **替代部分运营**

系统化输出策略及任务，并进行集成联动，部分替代“运营决策”及“运营协同”

智能化



- **替代运营**

系统化输出策略及任务，并进行集成联动，部分替代“运营决策”及“运营协同”

- **全链条联动**

从目标、战略到执行落地，自动化联动，全链条监控，趋近目标

基础指标体系

销售	业绩报表
	过程报表
主管	业绩报表
	生产力报表
商户	商户交易报表
	商户运营报表

可视化
运营模型



自助分析平台

销售决策预测体系

目标管理

预测决策

销售
管理

如何有效提升业绩，发掘有价值客户

如何帮助销售与商户谈判

发现团队管理中的问题

商户

各个业务产品的业务数据

营销活动效果评估

产品推荐

守住本真

从管理客户关系，到管理客户 生意

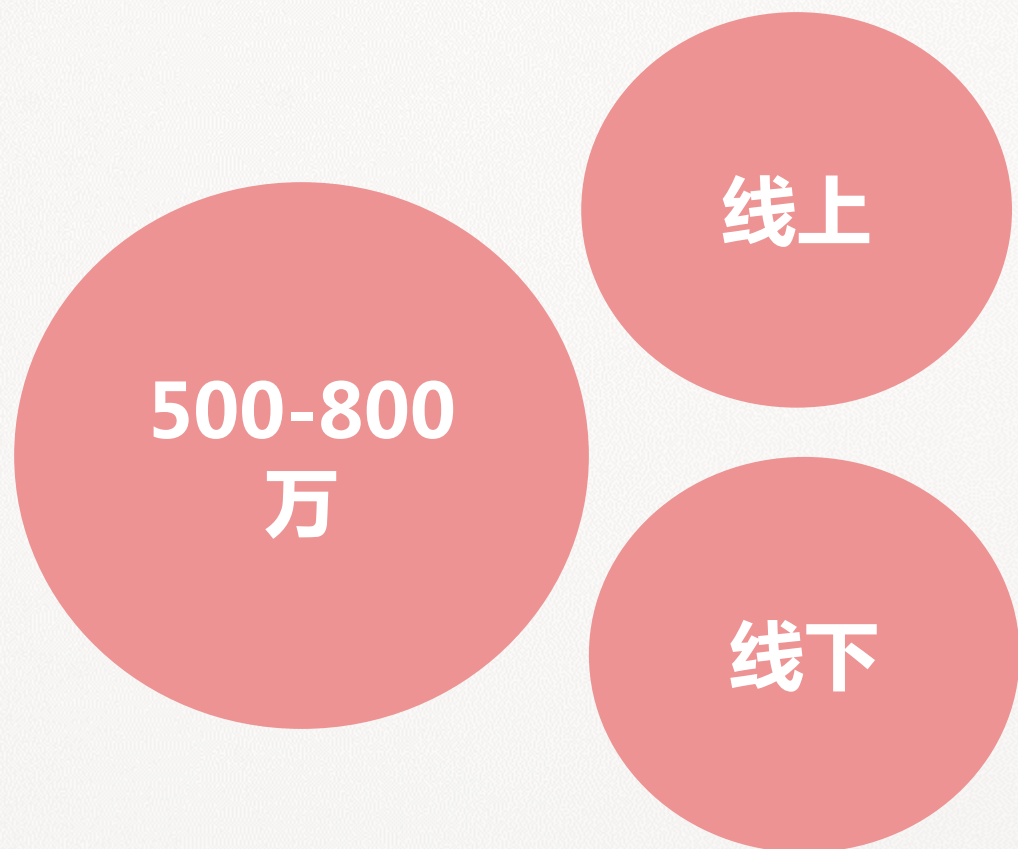
如何实现BD管理商户的最高效？

BD人效 = 管理店铺数 * 店均产出

挖客户 管大盘 促生意

挖客户

合作商户数翻倍，如何下手？
哪里找？怎么找？找什么？



挖客户

- 客户获取
- 客户搜索
- 客户筛选



管大盘

当1个城市经理管数万商户，
当1个BD管300个商户时，TA怎么
管？

商户生命周期与分级



促生意

当1个BD在管理一个商户时，TA在管什么？

“服务” 与 “生意”

权力

地推作战
代运营
赋能成长

钱

收费策略
补贴管控
价格管控

能力

经营运作
赋能商户
商户成长体系

赋能销售与赋能商户

BD与商户
服务、互相约束、共同成长

本地运营深化 + 交易物流协同

Make everything 30 minutes

欢迎交流