
CREATE TOGETHER

TENCENT DOCS

SMART NAVIGATION POWERING BUSINESSES STRAIGHT TO TARGET MARKET

数智导航助力企业直抵目标市场



01

企业介绍

大族粤铭激光集团概述

大族粤铭激光集团的简介

大族粤铭激光集团是深圳市大族激光集团股份有限公司旗下的高新技术企业，集激光技术、精密机械、先进数控与现代化管理智慧于一体。

集团的成立与发展

自2000年诞生以来，粤铭激光已稳健地走过了辉煌的二十四载春秋，见证了激光技术的飞跃式发展，成为了工业激光设备领域不可或缺的中坚力量。

集团在激光行业的地位

粤铭激光的产品线丰富而全面，涵盖了激光切割、激光雕刻、激光打标、激光焊接、激光清洗等十大系列，构建起了一个一站式、全品类的激光制造生态链。

产品线及市场覆盖

01

产品线的丰富性

大族粤铭激光的产品线丰富而全面，涵盖了激光切割、激光雕刻、激光打标、激光焊接、激光清洗等十大系列，共计超过百款机型，构建起了一个一站式、全品类的激光制造生态链。

02

市场覆盖的广泛性

大族粤铭激光的足迹已遍布全球，产品远销北美、南美、大洋洲、欧洲、中东、南亚、东南亚以及日韩等超过百个国家和地区。

03

品牌的认可度

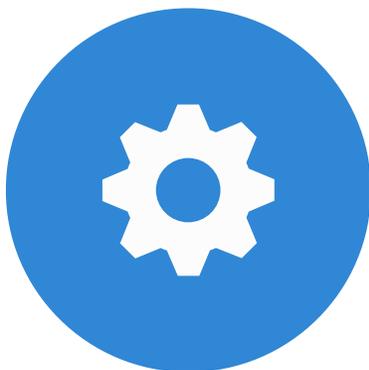
在世界的每一个角落，只要有激光加工产业链的存在，就能见到粤铭激光产品的身影。这不仅是对公司产品品质与性能的最好证明，更是对粤铭激光品牌影响力与全球化战略的高度认可。

研发中心与生产基地



国内研发中心的布局

为了满足国内外市场日益增长的需求，粤铭激光在国内精心布局，设立了东莞、苏州、徐州、上海四大研发中心，以及江苏睢宁、东莞松山湖两大生产基地。



研发与生产能力的提升

这些研发中心与生产基地，如同粤铭激光的坚实后盾，汇聚了行业顶尖的科研人才与先进的生产设备，为公司的持续创新与发展提供了源源不断的动力。同时，这些基地还具备年产激光设备一万台套的强大生产能力，确保了公司能够迅速响应市场需求，为客户提供及时、高效、优质的服务。

02

公司数字化介绍

信息化建设历程

起步阶段

2009年，公司开始实施企业资源管理系统(ERP)，专注于物流和信息流的初步管控。

深入发展阶段

随着企业规模的扩大和业务的多元化，公司逐步构建起现代化、全方位的信息化支持体系，涵盖了研发与创新流程(RDI)、市场到线索流程(MTL)等多个关键环节。

全面集成阶段

实施了包括办公协同系统、企业资源管理系统、产品生命周期管理(PLM)、供应商关系及供应链管理(SRM)、客户关系管理(CRM)、生产制造执行系统(MES)以及知识管理和流程优化在内的十几套系统，实现了业务流程的紧密连接和数据贯通。

信息化支持体系

- 研发与创新流程(RDI)
 - 信息化支持体系包括了从产品构思到市场交付的每一个环节，确保从线索导入、客户转换、订单下达、产品设计、生产计划排定、生产过程监控、仓储管理、品质控制、物流运输，直至交付和售后维护的全链条数据贯通。
- 市场到线索流程(MTL)
 - 该体系确保了从市场到线索的精准管理，通过自动化和智能化手段提高营销效率，为企业的持续发展提供了有力支持。
- 从线索到回款流程(LTC)
 - 从线索到回款流程(LTC)的优化使得企业能够更加高效地管理销售线索，实现客户的快速转化和回款，提高企业的资金流效率。
- 从问题到解决流程(ITR)
 - 该流程关注客户的需求和问题解决，通过信息化手段提高问题响应和处理速度，提升客户满意度。
- 集成供应链(ISC)
 - 集成供应链(ISC)的实现使得企业内部各部门之间的信息流通更加顺畅，提高了供应链的整体效率和响应速度。

信息化成果与价值

信息化价值

降低内部运作成本，提高管理效率；加速产品的上市时间，提高产品的竞争力；提升客户的满意度和忠诚度，增强企业的品牌形象和市场竞争能力。

信息化成果

公司实施了包括办公协同系统、企业资源管理系统、产品生命周期管理(PLM)、供应商关系及供应链管理(SRM)、客户关系管理(CRM)、生产制造执行系统(MES)以及知识管理和流程优化在内的十几套系统，实现了业务流程的紧密连接和数据贯通。

03

公司业务拓展到海外的介绍

销售和服务支持体系

全球营销网络

粤铭激光精心构建了一个覆盖全球激光加工产业链区域的销售和服务支持体系。

专属分公司机构

在欧美等经济发达、技术领先的地区设立了专门的分公司机构，以便快速响应客户需求。

全球服务的承诺

这些公司不仅是市场的桥头堡，更是我们快速响应客户需求、助力客户成功的坚实后盾。

客服支持团队构建

01

高水平的客服支持

粤铭激光组建了一支高水平的客服支持团队，为设备提供全天候、全方位的保驾护航。

02

设备安装调试与运行维护

无论是设备的安装调试，还是日常的运行维护，甚至是紧急的技术支持，他们都能迅速响应。

03

安全感承诺

这份安全感，是我们给予每一位客户的宝贵承诺。

产品创新与市场响应

01

产品模块化设计

产品进行了模块化的设计，使得产品能够像积木一样，通过简单的拖拉选配，就能快速、准确地满足不同语言、颜色喜好、供电系统等差异化的订单需求。

02

个性化产品定制

提升了我们的生产效率，更让我们的产品能够更好地融入客户的生产环境，成为他们不可或缺的得力助手。

03

合规经营的重要性

获得了几乎各个品类的激光设备准入证书，确保我们的产品能够合规地进入海外市场，满足当地法律法规的要求。



04

数字化是如何支撑到海外业务开展的

产品层面的数字化定制



CRM系统模块化管理

在CRM系统中实施模块化的产品整理策略，使得销售人员和客户能够像搭积木一样，轻松实现产品的个性化配置。

报价和订单快速生成

无论是语言界面的切换、颜色的选择，还是供电系统的适配，一切都可以通过简单的拖拉选配完成，从而快速生成符合客户需求的报价和订单。

提升国际竞争力

这种高度灵活的产品定制能力，不仅提升了客户满意度，也极大地增强了我们在国际市场上的竞争力。

信息系统层面的多语言支持

后台导入语言包

信息系统全面支持多语言功能，通过后台导入语言包，海外员工可以无缝切换至母语界面，进行日常的业务操作和管理。

降低成本与提升效率

这一举措不仅降低了系统使用成本，更显著提升了工作效率。员工们能够更加专注于业务本身，而无需为语言转换而分心。

促进团队协作

多语言支持也促进了团队之间的沟通与协作，使得跨国项目能够更加顺畅地推进。

营销数据的智能化应用

大数据与AI技术

我们充分利用了大数据与人工智能技术的力量，通过接入庞大的全球客户数据库，深度挖掘客户背景信息，快速定位并开发潜在客户。

智能分析与自动化营销

CRM系统的智能分析功能，则帮助我们自动化地进行目标客户群体的定位和营销渠道的选择。这种精准营销的策略，不仅提高了营销效率，也显著提升了转化率。

提升销售团队执行力

销售过程的持续跟进和客源管理也通过系统实现了自动化和智能化，进一步提升了销售团队的执行力和业绩。

货币与时区的灵活管理

个性化币种设置

系统支持个性化币种设置和多时区功能。海外销售人员可以根据客户所在国家的货币生成报价单，有效避免了汇率计算错误的风险。

多时区功能简化协作

多时区功能也使得跨国协作变得更加轻松和高效。无论团队成员身处何地，都能保持时间上的同步和协作上的默契。

提升财务与协作效率

跨越国界的财务与协作，提高了工作效率，优化了客户体验。

系统集成的无缝协作



CRM与邮件系统集成

- 实现了CRM系统与Gmail、Outlook等主流邮件系统的集成，使得一线工作人员能够在CRM系统中直接收发邮件，并自动保存往来邮件内容。 -CRM与谷歌地图集成
- 集成谷歌地图功能，便于销售人员进行客户定位和管理。在特定市场，如那些广泛使用类似“微信”的社交平台的地区，我们还实现了CRM与这些海外社交应用的集成，通过获取相关数据推动订单生成和客户关系深化。



提升工作效率与体验

这种无缝协作方式，不仅简化了工作流程，也确保了信息的完整性和可追溯性。

数据保护与合规

01

数据加密与保护

在数据保护方面投入了大量资源和技术力量。通过提供数据加密、数据脱敏等功能，我们对重要数据进行了严格的脱敏处理和加密保护。

03

合规认证与隐私安全

数字水印、访问日志等能力也让系统操作留痕有据可查，对内部员工的数据泄露行为起到了有效的震慑作用。

02

数据安全管理体系

同时，企业还应加强员工的数据保护意识培训，确保每位员工都能充分认识到数据保护的重要性并严格遵守相关规定。

04

隐私合规处理的游刃有余

在GDPR等隐私合规标准的要求下处理客户个人数据时我们更加游刃有余。

资源管理的数字化升级

ERP系统应用

通过ERP系统的应用我们实现了全球供应链的整合与优化。这一系统不仅提高了供应链管理的透明度和效率还显著降低了全球供应链成本。

跨国项目协同与支持

跨国项目计划和交付的协同也在ERP系统的支持下变得更加顺畅和高效。

专属账套符合国际标准

我们设立了系统所在国的专属账套以符合当地会计准则和税法审计要求确保财务数据的准确性和合规性。

邮件管理自动化与智能化

邮件管理作业的智能化升级也让我们能够自动辨别邮件真伪、按老外的习惯生成并发送邮件、查看邮件点击率等从而提高了客户粘度和订单转化率。



05

海外业务趋势分析、避坑建议

海外营销的本地化

海外建站的自动化

利用先进的CMS(内容管理系统)和网站构建平台，企业可以快速搭建出符合当地市场审美的网站，同时支持多语言切换，确保信息的准确传达。

内容与服务的母语化

除了技术层面的支持，内容的母语化同样是海外营销本地化的核心。这不仅仅意味着将产品说明、广告文案等翻译成当地语言，更重要的是要深入理解当地的文化背景、消费习惯和价值观念，用当地消费者易于接受和理解的方式传达品牌信息。

海外数据的获取与合规性

关注新法律法规

01

企业应当密切关注目标市场所在国家或地区的法律法规动态，特别是与数据保护、隐私安全相关的法律法规。

加强数据安全 管理

02

加强数据安全管理体系建设，采取加密存储、访问控制、定期审计等措施保护数据安全。

员工培训与 意识提升

03

加强员工的数据保护意识培训，确保每位员工都能充分认识到数据保护的重要性并严格遵守相关规定。

紧跟国际形势与利用先进技术平台

利用先进技术平台

在全球化营销的过程中，企业还可以充分利用国外先进的技术平台和大型企业的资源来提升自己的竞争力。例如领英、Twitter、Facebook等社交媒体平台拥有庞大的用户群体和精准的广告投放能力，企业可以通过这些平台开展社交媒体营销、提升品牌曝光度和用户互动率。

关注新国际形势

企业应当通过多渠道获取信息、深入分析市场动态、加强与行业协会和咨询机构的合作等方式，提高对市场变化的敏感度和应对能力。

CREATE TOGETHER

TENCENT DOCS

谢谢观看

THANK YOU FOR WATCHING