



数字驱动营销模式变革 助力公司 穿越行业周期

荣兴华

2025年12月



个人简介



荣兴华

协鑫集成科技股份有限公司数字化中心总经理

现任协鑫集团数字化委员会委员，协鑫集成科技股份有限公司数字化中心总经理。多年深耕企业全价值链场景梳理与重构，对经财人、产供销等各模块业务流程分析与治理有独到见解，成功主导推进了多个大型数字化转型项目，拥有丰富的数字化转型实战经验。



协鑫简介

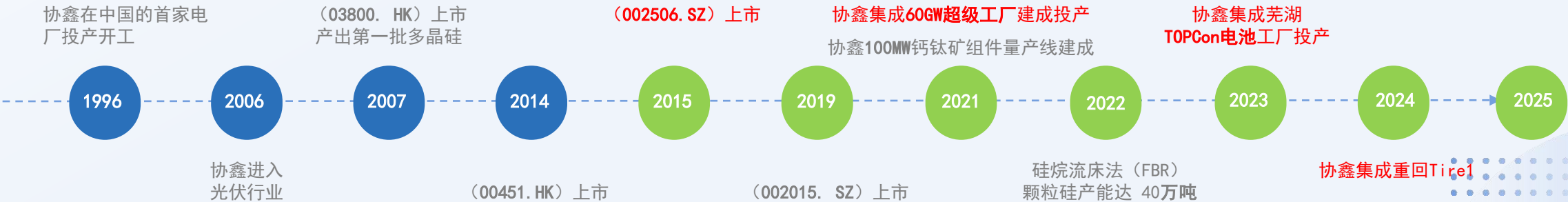
协鑫集团

使命：专注绿色发展，持续改善人类生存环境

核心价值观：价值引领、创新驱动、奋斗为本、协同一家

企业精神：创业、创新、争先、领先

文化氛围：简单、高效、纪律、活力



协鑫集成

全球领先的一站式综合能源系统集成服务商，业务覆盖其产品的研发、设计、生产、销售及服务。



全球化布局

销售网络覆盖**70+**个国家和地区

3大仓储中心：澳大利亚、德国、西班牙/
鹿特丹

公司在**塞尔维亚、新加坡、泰国**等
多国建立了销售代理体系，以贴近
本地市场需求





01

CRM项目分享

02

AI+数据驱动价值创造与竞争力提升



CRM项目目标 破局行业困境，提升企业竞争力

1

建设业务**生态与渠道**能力，赋能业务拓展

生态建设：在内部业务数据基础上增强外部生态数据收集与应用，以宏观视角规划业务开展；
不止于项目内部管理，强化外部设计院、行业专家管理，全面评估项目推进影响；

2

强化**数据应用与体系**建设，促进销售产出

深度经营：通过结构化梳理，深化应用数据，以数据呈现问题，实现业务精细化管理
精细管理：引导项目报备，加强商机过程管理，实现推进过程标准化的管理落地。
高效协同：打通系统间信息壁垒，实现前端业务的信息支撑，促进内外高效协同。

3

围绕业务人员**能力**建设，提升工作**效率**

计划闭环：以预实差的方式管理销售行为，强化基于业务的规划管理，关注执行偏差与问题解决
移动体验：以业务视角发现应用问题，明确移动端定位，聚焦高效业务赋能

4

建立数据与绩效分析体系，优化管理洞察与决策

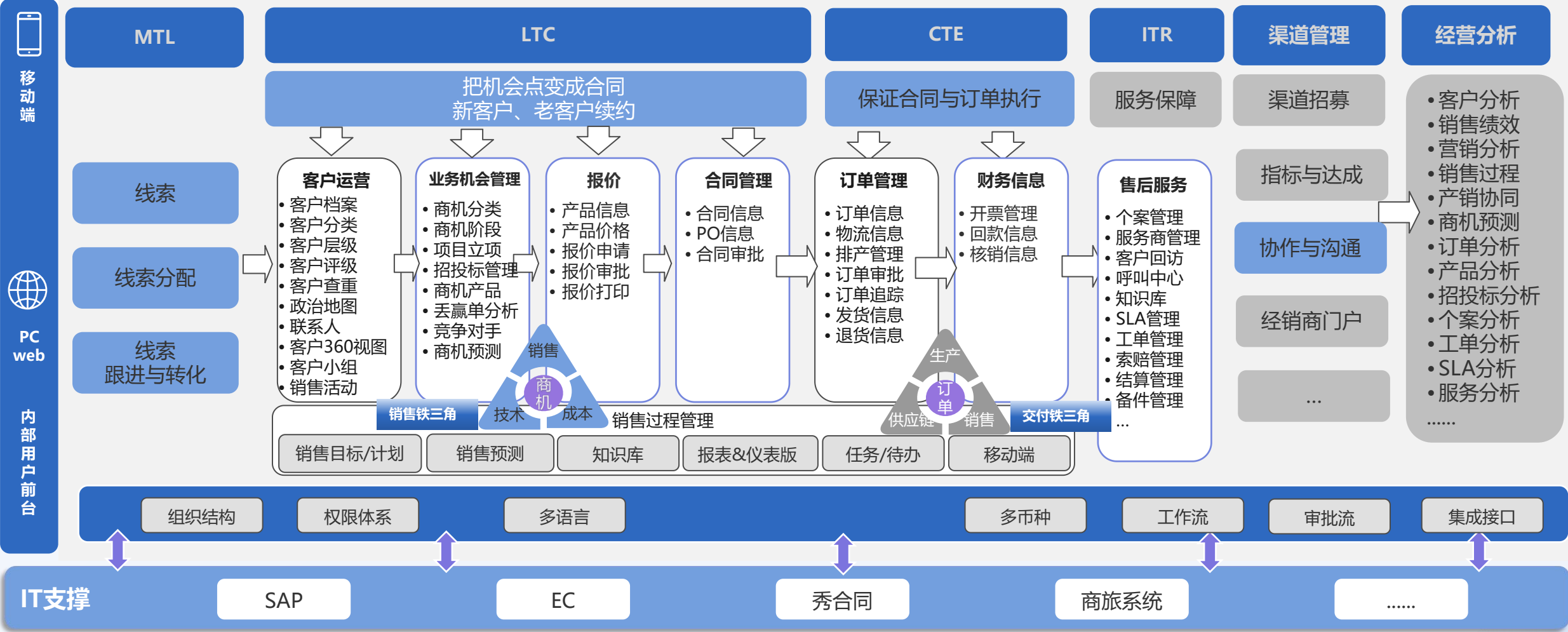
实时可视：业务数据实时呈现，业务员、销售经理、销售总监、总经理，不同层级的角色都可以实时的看到个人、团队的业务开展情况



蓝图架构

CRM项目蓝图架构设计

本期-蓝色字体 未来-黑色字体



项目内容概述

- 对线索进行管理，跟踪线索并形成转化
- 客户的基本信息，业务数据统一页面查看，与客户相关的所有信息都可统一查看
- 构建商机管理流程，实现商机竞争对手(竞品)、报价、投标、合同申请等，实现商机360
- 支持销售协同、出差、周报线上化管理
- 将业务数据以报表、仪表盘的方式进行展示



项目范围



线索管理

- 拉通市场与销售数据，补充销售线索池



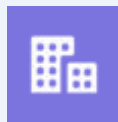
- 目标客户名录
 - ✓ 筛选出高价值客户
 - ✓ 外部环境
 - ✓ 客户战略
 - ✓ 发展匹配度
 - ✓ 前期投入



- 销售长期跟进
 - ✓ 了解客户业务规划
 - ✓ 产品规划
 - ✓ 时间周期匹配
 - ✓ 竞争态势



- 线索孵化旅程
 - ✓ 长期跟进
 - ✓ 持续洞察



客户



联系人



商机

- 进入客户/项目管理流程

持续洞察市场、主动识别线索

线索管理业务价值



线索收集与验证

- ✓ 构建统一、结构化的线索收集与维护界面
- ✓ 线索分配管理，以便统计分析
- ✓ 分业务场景，构建线索验证流程



线索分配与跟踪

- ✓ 统一的线索分配规则
- ✓ 实时查看线索跟踪的规划与进度
- ✓ 在线反馈团队实时提供有效建议与意见，提高线索转化率



线索关闭与分析

- ✓ 线索关闭与复盘
- ✓ 形成可供分享的知识与案例信息

效率提级：自动化流程（收集/分配/跟踪）缩短线索响应与转化周期，降低人工干预成本，实现资源精准投放

协同与赋能：跨部门实时协作与知识共享机制打破孤岛，固化最佳实践赋能团队，降低新人门槛，支撑规模化敏捷响应

数据闭环：全链路数据沉淀与分析驱动线索质量筛选、策略优化及知识复用，形成“洞察-决策-迭代”智能运营体系



商机管理

- 销售方法论植入，赋能一线销售，以及简化投标报价流程，快速响应客户需求



商机管理业务价值

效率提升

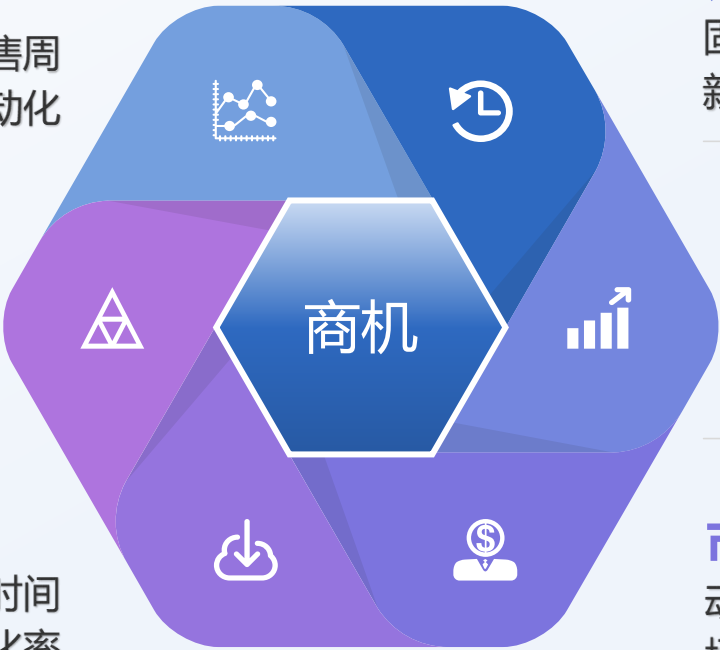
通过系统集成、线上报价审批和流程标准化，缩短销售周期30%-50%，降低人工操作成本，实现端到端流程自动化

数据驱动决策

360度全流程数据可视化（仪表盘/报表）支持实时业务洞察，辅助管理层精准制定销售策略与资源分配

客户响应增强

线上报价工具与政治地图工具缩短客户需求响应时间60%以上，提升客户满意度和商机转化率



销售能力标准化

固化最佳实践方法论，统一销售阶段管理，降低新人培养成本，提升团队整体作战能力

生态协同赋能

CRM与EC/SAP等系统深度集成，打破数据孤岛，实现销售、交付、财务多部门协同效率提升20%

市场竞争优势

动态竞争分析能力+快速报价机制，支撑企业在投标场景下的差异化竞争力，市场份额增长可量化提升



项目经验总结

营销一体化：

建立营销与销售一体化平台，通过数据拉通，结合组织变革，打造销售与交付两个铁三角

客户中心：

- 客户档案：建立360客户档案信息管理，客户相关的基础数据、业务数据，沉淀为企业资产

营销流程：

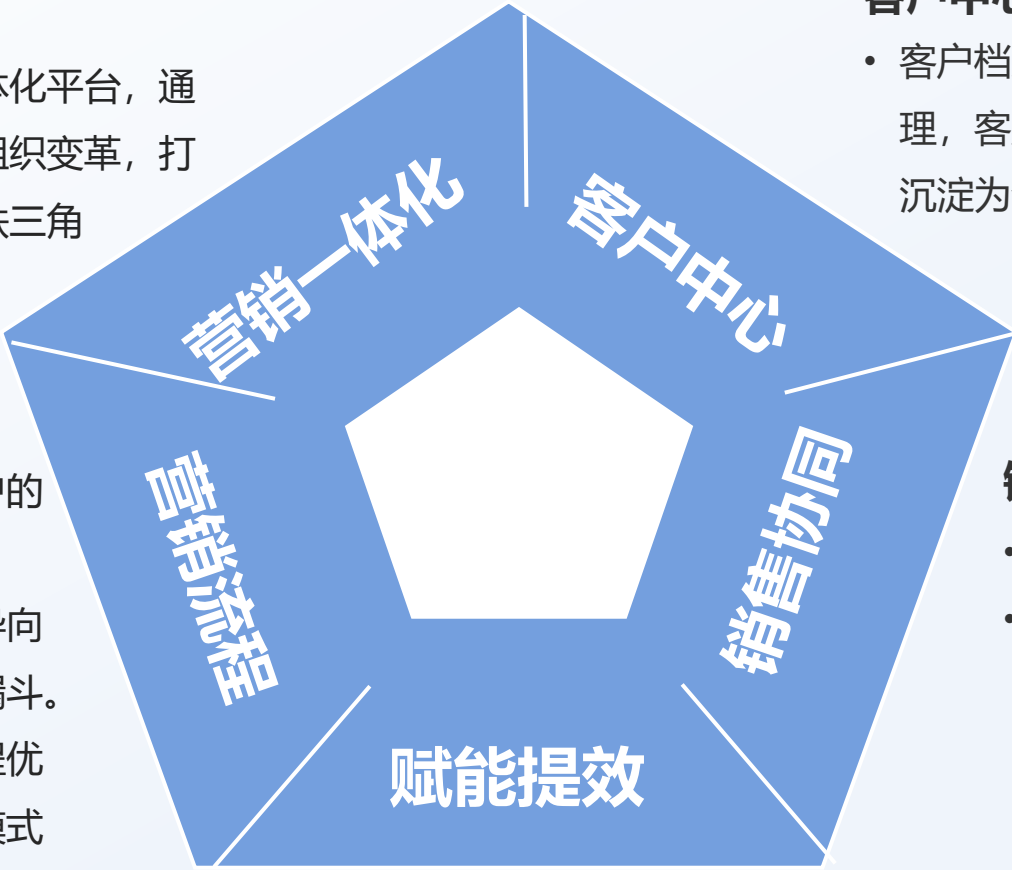
- 通过线索的管理加强对潜在客户的转化。并跟踪转化率及效果
- 搭建营销体系。通过业务政策导向与系统功能结合，做项目储备漏斗。通过销售方法论沉淀，销售过程优化重构，以引导式的销售支持模式促进商机精细化管理，提升商机产出数量与质量

销售协同：

- 实现系统层LTC端到端数据拉通
- 构造业务流程审批，信息共享机制

赋能提效：

- 以现有业务为切入点，贴近现有功能，梳理管理优化点与功能改善点，以业务为本，流程改善为核心，功能优化为支撑，实现现有业务流程与系统功能的优化
- 整合业务数据形成报表、仪表盘支持销售策略及决策





01

CRM项目分享

02

AI+数据驱动价值创造与竞争力提升



企业落地AI应用步骤与策略

01

明确需求和目标

明确自身在哪些业务领域或流程中希望应用 AI 技术，以及期望达到的具体目标，例如提高效率、降低成本、改善客户体验等。

02

组建专业团队

搭建理解业务需求，能够进行数据处理、数据开发的IT+业务专业团队，特别要注重一线员工的参与。

03

数据准备

收集、整理和清洗大量高质量的数据，确保数据的准确性、完整性和一致性。

04

选择技术和工具

根据需求和数据特点，选择适合的 AI 框架。如Agent 平台+通用模型+垂类专用模型等，混合式框架更适合企业应用。

05

开发与训练

分析业务流程中适合应用的节点，开发Agent对数据进行调用和输出，同事根据输出结果，对模型进行训练，不断提升模型准确性与性能。

06

监控与优化

在Agent运行过程中，持续监控其性能和效果，根据实际情况对提示词、插件等进行优化，提升 Agent 执行效果。



基于AI+业务场景拓展

线索管理

通过AI分析客户行为数据（如官网浏览轨迹、社交媒体互动、历史采购记录），构建动态评分模型，实时筛选高价值线索。

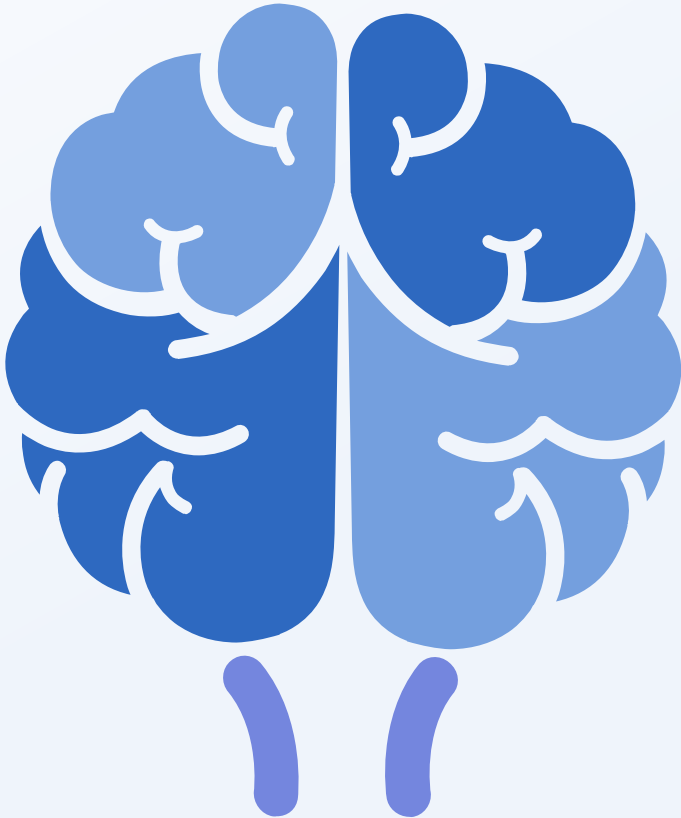


商机管理

优化商机评估与策略: AI模拟竞对策略，推荐差异化报价或服务方案。或者基于客户历史订单、成本波动、市场供需数据，实时生成弹性报价区间，平衡利润与成交概率

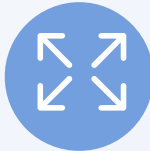
商机跟进与转化: 根据客户沟通记录（邮件/通话）、行业特征，AI推荐最佳沟通时机、话术模板及资源投入策略

商机复盘与迭代: AI自动归因失败商机（如价格/服务/响应速度），生成改进建议并同步至知识库



客户管理

分析客户沟通记录（邮件、通话），提取关键词（如“组件效率”“光储方案”），生成360度客户画像，指导精准触达策略。



智能化办公

员工在撰写周报、业务机会时，借助AI能够快速生成高质量的文本内容，从结构搭建到文字润色，都能在短时间内完成。



客户服务

通过将AI融入客服系统，企业可构建智能客服机器人，能快速理解客户问题，无论是产品咨询、售后投诉还是业务办理，都能提供准确、及时的回复。



价值创造：AI如何重塑企业增长引擎



效率革命：
从“人力驱动”到“智能自动化”



数据变现：
从“经验主义”到“决策先知”



体验升维：
从“千人一面”到“一人千面”



创新孵化：
从“封闭研发”到“开放共创”



竞争力提升：AI驱动的三大护城河

差异化壁垒：从“成本竞争”到“认知碾压”

通过AI构建独特的客户洞察模型（如行业专属定价算法、行业方案模型）

将业务Know-How沉淀为可复用的数字资产，形成对手难以模仿的“数据飞轮”

敏捷组织：从“层级管控”到“智能涌现”

AI实时同步市场信号，驱动一线团队“感知-决策-行动”闭环提速

跨部门知识共享AI助手，打破“部门墙”，让组织能力指数级放大

生态统治力：从“单点突破”到“全局掌控”

通过AI整合上下游数据（如供应商产能、渠道库存），实现产业链协同优化

开放AI能力给合作伙伴，构建“以我为主”的生态联盟，锁定价值链主导权



谢谢

