

将渠道信息化建设进行到底信息化管理 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/141/2021\\_2022\\_\\_E5\\_B0\\_86\\_E6\\_B8\\_A0\\_E9\\_81\\_93\\_E4\\_c29\\_141541.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/141/2021_2022__E5_B0_86_E6_B8_A0_E9_81_93_E4_c29_141541.htm)

通常说销售渠道是指产品从生产厂商到最终消费者所经过的所有中间环节，而在这里我们讨论的是扩展概念上的销售渠道，不但包括上述所有中间环节，还包括企业内部渠道管理和物流配送环节。销售渠道信息化管理就是对销售渠道的信息流进行管理和利用，帮助企业了解和优化销售渠道中的物流和资金流。销售渠道信息包括供应链信息、物流配送信息、客户资金和信用信息、渠道营销信息、渠道知识管理信息等信息流。为什么要进行销售渠道信息化建设？首先，这是供应链管理的要求。供应链管理的目标是为企业上下游各个环节建立一个统一、集成、协同的信息平台，此平台上所有环节根据平台上流动的信息及时响应市场变化，而要实现信息的高速流动，必须将销售渠道信息化。通过渠道信息化建设，企业不仅可以及时了解产品的销售情况，还可以有效地指导渠道客户开展业务，收集反馈信息，与渠道客户建立牢固的合作伙伴关系。其次，销售渠道信息化建设是客户关系管理的要求。客户关系管理实现企业与客户的相关业务部门进行有效整合，建立以客户为导向的组织结构，追求客户满意程度和忠诚度的最大化。目前许多企业的渠道客户与企业之间互不信任，不愿意共享商业信息，各自追求利润最大化，甚至出现渠道客户联盟与企业对抗的现象。通过基于客户关系管理的渠道信息化建设，可以解决这些问题，并帮助渠道用户提高其管理水平，真正实现“共赢”的商业目标。最后，销售渠道信息化

建设是信息流优化的要求。目前的销售渠道也存在信息流，但通常一个月才汇总一次，信息滞后，不利于企业对市场及时作出反应；整个信息流建立在纸面单据和手工报表上，准确性和可用性较差。而且信息从渠道传递回企业管理层，要经过多个环节，数据容易失真。因此渠道信息化建设的重点是优化整个信息流，实现信息价值的最大化。随着Internet技术的推动和电子商务的普及，销售渠道的信息化建设变得更可行，下面我们来讨论如何实现渠道信息化建设。渠道用户有多种类别，对不同的客户应采取不同的战略。分销商管理水平和忠诚度较高，能理解并支持信息化建设，愿意共同搭建信息平台；批发商管理水平和忠诚度相对较低，对信息化建设采取观望态度；大型零售商管理水平很高，他们通常已经拥有较好的信息平台，但各零售商系统不同，要将它们集成在技术上有一定难度；特许经营专卖店类型的零售商类似于分销商，较容易与之建立信息化平台；其他零售商管理水平较低，投资信息化建设难度高，建议近期不进行信息化建设。信息化建设实现的技术方案非常多，各种技术方案的可用性、实施费用和前提条件有较大差异，因此根据相应的信息化建设战略选择一个适合企业销售渠道现状的技术方案，是信息化建设成败的关键。另外，信息化建设不是简单地提供一套电脑硬件和软件即可，一定要牢记其中管理的成分远远大于技术成分。同时信息化建设不能一蹴而就，适当地引入专业咨询公司进行规划和指导是非常有必要的。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问

[www.100test.com](http://www.100test.com)