

电子商务师案例:联想电子商务案例分析 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/244/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_244266.htm

做为电子商务的前期工作，首先是软件基础建设方面。联想开始建设企业核心的业务管理应用系统和电子商务网站。为了整顿内部管理，提高工作效率，联想开始考虑实施ERP。ERP是企业资源计划，它将企业内部原材料采购、生产计划、制造、订单处理与交付等环节有机地联系在一起，使得企业对供货流程的管理更加科学、规范、高效；同时由于它能够对库存的数量和金额进行实时监控，能够有效的提高决策支持以及财务核算的效率，因此，它是企业实施电子商务最基础、最核心的支撑系统。通过R / 3系统的实施，联想在企业信息功能和结构方面制订了统一的业务标准，建立了统一的信息平台，并利用这个平台，对整个公司的信息流进行统一的规划和建设。公司的财务管理、销售管理、库存管理等多个环节被集成在一个信息系统里，减少了数据冗余，并且信息流动更加有序和安全。由于系统高度集成，用户订单、库存、采购等业务流程中的数据能够实时更新，并能在用户之间集成和共享，同时又降低了运作成本，提高了盈利水平和工作效率。例如，财务结账日由原来的20天降低到1天，仅财务结算项目成本就减少了9成。在加强内部信息化建设、实施ERP的同时，联想也没有忽视自身品牌的宣传和企业形象的树立。为了及时向外发布企业信息，让越来越多的人了解企业，联想还建立了实现互动的外部网站，在电子商务领域内迅速占领了一席之地。外部主页既是企业对外进行品牌宣传、信息和产品发布的

窗口，也是企业进行电子商务、电子服务的必需工具。联想的外部主页不仅仅是一本电子版的杂志，它包含很多技术成分：联想电子商务网站系统的配置非常讲究，还在网站上配置了防火墙、负载均衡设备和数据交换服务器等设备。联想最近开发了一个叫i - Cache的服务器，它利用计算机高速缓存的原理、以及这样一个事实---对W eb的访问请求80%集中于20%的页面上来设计的，在系统中增配了此设备，据测试速度可相当于增加带宽10倍以上。由于联想网站的用户访问请求响应速度快，页面设置合理，内容丰富多彩，不仅吸引了大量用户，而且还大大提高了品牌的知名度，及时地树立了企业的电子商务形象。这时，联想的电子商务已经具备了基本框架，有网络硬件和信息环境作基础，有ERP完善企业内部管理以及电子商务网站作宣传。联想的电子商务已经具备了基本框架，有网络硬件和信息环境作基础，有ERP完善企业内部管理以及电子商务网站作宣传。接下来，联想开始了电子商务的三个核心部分的设计，即CRM、SCM以及PDM这三个直接增值环节。客户关系管理（CRM）就是通过构筑客户信息数据库，建立企业与每一个用户之间一致的界面，用户的每一次访问（不论是W eb、电话还是现场）都被记录下来，用以分析它的使用需求和访问习惯，以便于个性化地定制产品和网页；企业不同部门的人对用户的拜访也被记录下来，用以了解用户全面的需求和心理；客户的咨询服务只要拨同一个电话就会自动转接到相关人员那里，而且此人能够立即获取已购设备的用户以前的服务和维修的记录，便于向客户解答；也可以设计主动去了解用户对企业的需求和对产品的满意度，并有针对性地去提供他所愿意要的相关产品

，从而大大提高企业的效率和客户满意度。供应链管理（SCM），是在ERP基础上通过构筑和前端客户、以及后端供应商的互动系统，来实现产品供应的通畅、合理、高效，既满足供应，又不保留大量库存进而积压，保持供应的高弹性。比如联想正在建设的第三代电子商务系统，将企业和代理商紧密地联系在一起。代理商可以通过Web了解到当前各产品的供货周期、订单的执行情况、资金状况，而联想则可以即时了解各代理商每个产品的库存情况、销售情况，通过统计分析作出新的市场决策，大大提高了决策的准确性和时效性。同时，在此模块实施过程中，联想还将其中的应用成熟的模块，诸如网上订单处理、网上信用管理、网上支付提炼成i - order，i - Credit，i - Payment这样的产品用以支撑自身的系统集成业务，给其它企业提供服务。产品研发管理（PDM），就是通过构筑产品信息数据库，建立一个统一的产品研发系统平台。在这个平台上，所有参与设计的人员通过浏览器就可以共享所有的设计文档与信息，通过浏览器就可以共同完成某种产品的开发设计工作。这样，联想的用户和合作伙伴，都可以跨越时空的限制，参与到联想产品研发设计的各个环节中来，使产品从一开始设计就充分体现用户的需求，这样生产出来的产品才能够真正让用户满意。同时，产品的设计信息将直接进入生产制造系统，与供应链上的采购、生产、销售、商务等各个环节自动连接起来，从而简化工作流程、大大缩短了新产品从创意到上市的时间周期。正是由于CRM、SCM、PDM等模块的实施，帮助企业实现高效率、低成本，高度满足客户个性化的需求和满意度。联想通过E化的方式，使产品的设计和市场的需要趋于一致，并缩

短了企业和客户之间的距离，真正实现了电子商务更丰实的内涵。案例总结：通过对联想电子商务案例的分析，我们看出大型企业电子商务方案应该包括以下几个部分：网络硬件和信息环境建设，ERP系统的实施，CRM、SCM和PDM的实施以及电子商务网站的建立。同时，我们还看到在具体的电子商务构建实施的过程中，并不是一定得按照从低到高的顺序来建设。一般的实施步骤应该是：1．建立企业内部网，即IN - TRANET。2．开发内部网的使用，建立办公自动化系统。3．借助ERP的实施，加强内部的管理4．同时，建立企业的电子商务网站，树立企业形象，宣传企业的电子商务。5．实施电子商务的核心模块CRM、SCM和PDM，实现真正的电子商务。另外，由于各个企业的情况千差万别，建设电子商务的模式也不是一成不变的。企业应该认真分析自身的条件：如信息基础建设的情况，内部管理的好坏以及企业的财力状况等，有针对的构建适合自己的电子商务模式。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