

电子商务综合辅导：电子商务整体解决方案 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/264/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_264027.htm 当今世界，随

着Internet的发展，人们的生活正在发生潜移默化的改变,一场新的管理革命即将爆发，它将宣布人类文明的新纪元网络经济时代的到来。新经济时代的挑战和困惑 新经济就是利用信息技术获得新的价值、新的增长、新的商业、新的管理。网络经济时代给我们的传统企业带来了许多挑战：企业管理模式的挑战：从传统的管理模式注重内部业务的管理，到现代管理模式注重外部业务的管理。企业价值观的挑战：从谋求获利的增长企业利润最大化，到谋求投资价值的增长企业财富最大化。企业市场观的挑战：从推动市场到市场拉动。消费者的消费不明确性，不可能再是商家利润的来源，消费者正在参与商业的一切。企业规模化的挑战：从企业行为到行业行为，从单一公司，到集团、集团联合体、关联企业群。企业IT投入和产出的挑战：更低的总拥有成本，更高的投资回报。面对新的时代、新的挑战，我们的企业只有迎头而上，赶上新经济的潮流，不然就要灭亡。那么，从企业内部出发，怎样才能在新经济时代中占有一席之地呢？那就是集成化、价值化、智能化和网络化的管理。用IT技术实现企业管理的集成、用电子商务跨越企业的边界，实现真正意义上的畅通于客户、企业内部和供应商之间的供应链。电子商务发展的现在和未来 电子商务就其本身而言，也经历了不同的时期，如下图所示（来自Gartner Group）：随着新世纪的到来，电子商务本身也将发展为新一代的电子商务。目前简单地

凭借“网站 电子邮件”的方式不是真正意义上的电子商务，造成这种情况的主要原因是目前绝大多数企业由于技术不成熟，还没有将核心业务流程、客户关系管理等延伸到Internet，用户或供应商还不能通过Internet与企业进行互动、实时的信息交互。我们认为，实现真正意义上的电子商务必须做到Web前端与企业后端系统的集成。据The Wall Street Journal 1999年9月10日公布的对1200万个美国家庭有关在线发货问题的一项调查显示：20%曾经发生过在线订货的问题；10%订了货但从没收到；7%订了货没有收到，但被收货款；7%订了货没收到，也没被收款；5%用电子邮件联系供货者，但没有成功；3%订了货，但没有按时送到；2%收到了货，但不是所特定的；1%订货被处理了数次。上述数据表明，要实现下一代的电子商务还需要更多的集成和创新。电子商务整体解决方案作为企业级软件解决方案的市场领导者，SAP在其专注行业的商务软件以及全球最大的企业软件用户的基础上，提供mySAP.com电子商务整体解决方案。mySAP.com提供了一个开放、协作、个性化解决方案的业务环境，这使得不同规模、不同行业的公司能够使其雇员、客户及合作伙伴利用全新的Internet经济。mySAP.com通过优化供应链、管理战略性关系、缩短接触市场的时间、共享虚拟信息、增加生产率及股东收益等方面，使Internet真正更好、更快、更聪明地为人们服务。SAP业务解决方案能够集成上千个的单个组织：现在mySAP.com跨越了企业的边界，在整个市场内形成协作，这个新的业务方法被称为协作商务（c-business）。例如：一个雇员通过Web站点中的采购在自己企业的采购系统中建立一份采购订单，同时会在供应商的订单系统中建立一份相应

的销售订单这就是一步化的商业。或者，通过电子化的商业市场提供的协作预测作为服务手段，使两个相关连的公司共同运行Web端软件，同时仍然与企业的后端系统相集成。这不仅可以提供新的业务机会、降低成本和提高实时的满意性，而且可以在每个协作商务中提高服务。SAP的电子商务目标就是根据需要为客户建立面向个人的、协作的整体解决方案，包括：企业级的商务；简化的商务；电子化的商务；盈利的商务。SAP通过mySAP.com组件为企业实施电子商务提供整套解决方案，体现了SAP的电子商务理念：1. 面向世界的个人门户 企业中每个员工都担任不同的角色，因而他们希望得到针对他们角色定制的工作环境。同时，随着企业信息化的推进，企业往往需要多个软件才能满足他们的需要，于是同一个用户在每个系统中有不同的用户名和一大堆密码的管理成了令企业IT人员和用户头疼的事情。SAP通过mySAP.com工作台为企业员工提供一个开放的企业门户。它为所有的雇员、业务合作伙伴、供应商和客户提供唯一的出口，通过一次登录就可访问他们所需的所有应用、信息和服务。换句话说，它在用户层上集成了所有这些内容。依据个人角色的不同，例如雇员、经理、销售人员或协约者，mySAP.com工作台为参与协作的业务模式提供了专业的、高度个性化的工作环境。通过在前端运行一个基于HTML标准的Web浏览器，能够访问所有的Web服务、功能和报表，而无需在客户端安装任何的SAP软件。mySAP.com工作台是开放的，例如：可以集成以往的、第三方的软件，以及任何可以通过Internet 网址访问的资源。通过mySAP.com工作台，SAP向客户提供了企业门户软件，使协作商务软件更容易

学习、裁制和运用。 2. 基于Internet 的开放的商务中心 新经济时代要求我们的企业不能像以往那样把供应链局限于企业内部，应该扩展供应链到互联网上实现企业间的合作，最终实现电子商务社区。mySAP.com商业市场作为Internet上的商务中心，为协作商务提供协作化的结构。托管的应用组构成了协作商务解决方案的基础，更专业的社区帮助企业快速找到所需的产品和服务，并在协作商务流程中连接他们的客户、供应商和业务合作伙伴。mySAP.com商业市场作为协作商务的Internet中心，在企业之间形成双向的和多元化的协作。利用mySAP.com商业市场，通过应用层上的集成，SAP为协作商务提供了基于社区的不同平台。这些平台提供了从库存报价、新闻，到研讨会、业务目录和托管应用的服务，例如：电子商务、协作预测和协作工程。通过mySAP.com商业市场，企业不仅可以自己、同时还可以在SAP和/或其它企业的联合中建立和运作市场。同时，SAP也把商业市场作为一种服务提供给客户，企业可以通过它免费加入到这个庞大的组织中。<http://marketplace.mysap.com>于1999年10月开始运行，并将在2000年上半年为化学/医药及石油和天然气行业建立其行业特殊的商业市场。

3. 业务模式（Business Scenario）跨越企业的界限 mySAP.com的业务模式联合了企业内部和企业间的服务、信息和应用组件，在电子商务、客户关系管理、供应链管理、商务智能和企业资源计划领域中形成协作的业务模式。协作的mySAP.com业务模式是跨越了企业界限的业务流程，执行每个业务模式所需的功能可以是mySAP.com组件，或者是非SAP软件以及服务组件，所有这些都是通过mySAP.com工作台来访问的。它们可以利用SAP的行业专长

和行业间的联系，同时跨越多个mySAP.com组件和非mySAP.com系统。业务模式也可以利用内容知识或服务，例如mySAP.com商业市场上的在线目录或拍卖服务。

4. 行业解决方案（Industry Solution）在企业信息系统建立的时候，不可能选用一个通用的产品来满足所有业务，每个行业的管理既有共性，又有各自的特性。SAP行业方案图，就是区分了不同行业的共性和特性，按企业管理的对象不同，将最佳的行业管理模式提供给用户。现在SAP行业方案图包括有：电子及高技术、汽车业、航空航天、工程建筑、医疗保健、消费品、化工、制药、石油天然气、银行、保险、服务业、政府、基础材料、零售业、通讯、电力及公用事业、媒体等18种，同时其它的行业方案图也正在不断地开发中。

5. 应用托管 应用托管是一种服务，它通过网络提供企业解决方案和相关技术，并由一个专业的管理环境来提供托管服务。它降低了企业参与协作商务所涉及的风险、时间和投资。一个应用服务供应商以Internet服务形式，向企业提供全部或一部分的软件解决方案企业不需要运行自身的软件因而节省了在硬件、维护和系统管理方面的投资。mySAP.com是建立在Internet业务构架基础上的，它提供了一个开放的解决方案体系结构，具有作为可靠集成平台所必需的灵活性、可扩展性、高性能和健壮性，尤其是跨越了企业的边界。mySAP.com应用托管体现了所有的SAP应用组件都可以通过Web实施和/或运用业务软件在Internet中使用，并允许SAP和合作伙伴来作出评价（点击 <http://ides.sap.com>）。依据单个企业的需求，甚至有可能是混合的环境，例如：一个应用服务供应商托管一部分软件，其余由企业本身来运行通过mySAP.com工作

台都能访问。日益增多的应用、服务和内容由SAP在mySAP.com商业市场中托管，尤其被用来提供协作商务。应用托管帮助企业在较短的时间内有效地运用mySAP.com的解决方案。总之，mySAP.com = Web协作（不仅仅是集成）唯一的出口能访问所有的Internet资源的解决方案 个性化的交互 无论何时、何地都能访问 深厚的行业能力 高营养的社区 根据要求定制的解决方案 强壮而可靠的Internet体系结构 参与一个巨大的生态系统 从加速的增长和生产力中获得更高的价值。采用mySAP.com电子商务解决方案不仅对于企业以及员工，而且对企业的客户、供应商和合作伙伴都可带来许多好处。企业通过实施mySAP.com电子商务解决方案，可以减少投入市场的时间，获得实时的Internet商务以及终端对终端的业务流程，并且具有快速的实施和更新等特点。同时，企业还可以持续有效地管理与客户、供应商等合作伙伴的商务关系，集成不同的商务、合作伙伴、渠道和社区，实时地访问新的客户、市场和信息。对企业的员工而言，mySAP.com为他们提供根据用户、公司和行业定制的、易于学习、使用的工作台，以获得快速和有效的工作。当然，企业在实施电子商务的过程中应根据自身的实际情况，循序渐进地建立以电子商务为核心的新管理模式。从建立企业资源计划，通过业务流程的集成降低成本、提高效率，上升为供应链上的合作以实现企业间的合作，最终通过电子商业社区中的协作来创造价值。企业成功实施电子商务方案的三个重要因素：人、产品和过程。除了拥有先进的软件产品之外，企业领导的充分重视和参与以及实施的过程都是非常重要的。图示是一个由德勤咨询公司为一全球性客户提出的呼叫中心建议，呼叫

中心经常需要这样复杂的一个技术平台和基础支持才可能实现快速的来电和去电处理。呼叫中心在CRM中的集成 熟悉呼叫中心的通信技术人员可以单就呼叫中心的发展写出洋洋万言，因为从语音卡板到智能网络到利用Web的虚拟呼叫中心，基于IP的语音应答（VoIP），呼叫中心本身也在日新月异的技术更新中不断推出更便宜和便捷的解决方案。但是，在CRM的领域，我们更关心的是呼叫中心所运用的客户信息系统是否实现了与企业原有的客户信息系统的集成，也就是前面提到的计算机电话综合应用（CTI）的部分。无论是通过网络、电话还是与销售人员面对面地交谈，一个客户可以选择不同的交流方式与企业发生联系。但是这些联系反映到企业的信息系统中，应该在同一个顾客帐户之下，成为连贯性的记录。这样，当客户打电话来询问他通过网络输入的定单的时候，电话业务代表可以立刻从弹出的电脑屏幕上看到他的定单号码、内容、价格……立刻对这个客户的信息有所了解，虽然他们可能是第一次通话，也可以马上提供有针对性的服务。因此，企业在考虑建设一个整合的CRM解决方案的时候，一定要明确CTI的信息系统是否与原有的客户信息系统相兼容，甚至是否可以直接利用原有的客户信息系统。如果本来没有任何信息系统的话，则可以直接选择市场上的呼叫中心软件包，从一开始就保证现场销售、电话销售和网络营销的后台数据库是资源共享的。这在企业进行CRM选型时至关重要。在国内，从1998年以来，呼叫中心的运用有了长足的发展。呼叫中心提供商则可以分为“国内”和“外来”的两大部分。国内比较知名的呼叫中心提供商有华为、中兴、巨龙、大唐等，不过，这些国内厂商是否提供了和在线销

售相整合的CTI软件包则还不明了。国外的则有3Com、惠普、朗讯、北方电讯等，与销售系统和在线销售整合得较好的国际厂商则有Vantive，Clarify和Siebel。其中Vantive刚被ERP提供商PeopleSoft购买，Clarify则被电讯设备巨头之一北方电讯收购。我相信，当国内企业认识到客户关系管理的重要性之后，中国市场上也将出现与销售相配合的呼叫中心整体解决方案。现在国内的CRM技术工具还将根据每个不同客户所处的行业 and 具体要求，经过细心周到的选型过程而最终确定。

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