

北京国联视讯信息技术股份有限公司首次公开发行股票招股意向书摘要

(上接 A53 版)

多多电商采购专员通过平台交易数据及 ERP 数据中心,可以获取行业内各大厂商货物供应量及报价信息,实时掌握市场行情;同时依托平台优势获得议价能力,并最终确定合适货源及最优采购价格。

采购人员在采购执行过程中,对所有签约供应商资质均需经采购部负责人和多多电商总经理严格审核。多多平台的注册供应商来源包括公司多年发展的行业资源积累,成熟客户推荐合作、采购部人员筛选开发等途径。

多多电商针对供应商要进行供应商认证,多多电商成立供应商认证小组,在考察供应商的信息资料后,会同采购、商务等部门进行现场调查,多多电商在现场考察后,各个部门通过现场观察情况,并结合供应商的相关文件、事前的市场调查情况,与供应商的客户和供应商的会谈情况,以及小组讨论会进行综合评分,得出供应商最终认证的总成绩。

多多电商根据供应商的供货量、经营规模、诚信状况等认证情况的差异,将供应商划分为核心供应商、重点供应商,签约供应商,根据供应商等级不同,实施不同的合作策略和维护力度。如平台订单会优先级,先满足核心供应商,重点供应商次之,签约供应商再次之。多多电商按年度对各级供应商进行动态考核和管理维护,以确保为平台会员提供最优性价比的产品。根据平台交易数据,多多电商将积极与供应商良好、质量可靠的供应商建立长期紧密的战略合作关系,从而形成更加稳定的产业链供销体系。

2、商业信息服务(网站会员服务、会展服务、行业资讯服务和代理服务)

(1) 销售模式

(2) 销售架构

公司主要通过国联资源网开展商业信息服务,公司针对不同行业共设立了十个商务事业部开展销售和服务工作,其中第一、第十事业部主要负责机械、电力设备等行业领域的销售和服务,第二事业部主要负责交通和建材行业领域的销售和服务,第四事业部主要负责五金、环保、工艺美术等行业领域的销售和服务,第五事业部主要负责煤炭、安全生产等行业领域的销售和服务,第六事业部主要负责石油石化等行业领域的销售和服务,第七事业部主要负责国防科技、电子等行业领域销售和服务,第八事业部主要负责研究报告销售和服务,第九事业部主要负责防腐、涂装等化工行业领域的销售和服务。现阶段,商业信息服务的销售以电子邮件、QQ、微信、电话销售为主,销售人员主要集中在北京市。

(3) 销售管理制度

针对商业信息服务业务,公司建立有一系列销售管理制度规范销售工作,预防销售部门内部业务重叠及保证客户服务质量和各事业部可根据业务需要,为尚未开发的行业进行立项申请,公司进行综合评审后予以批准或不予批准。

公司通过自主研发的销售管理系统和客户关系管理系统对销售工作进行协助,采取与多平台一致的销售人员竞争机制,对商业信息服务业务进行管理。

(4) 销售客户来源

A. 网站会员服务获取客户、取得订单的方式和途径

公司主要依托国联资源网来提供会员服务,网站会员服务获取客户、取得订单的方式主要包括两类:一是公司通过各种线上推广及采取各种网络营销策略(如搜索引擎营销、APP 营销、微信营销等)提高国联资源网的知名度和流量,吸引各种对国联资源网感兴趣的企业,通过国联资源网注册申请成为免费会员,在对国联资源网有一定的体验后,希望通过国联资源网获取相关服务,增强网络推广效果,获得更大收益,从而升级成为收费会员;二是通过国联资源网各销售事业部的线下开发和组织的各行业推广活动,获取潜在客户,同时销售人员会及时对国联资源网的免费会员及非会员潜在客户进行电话、微信或登门拜访,组织行业推广活动,以促进线上线下收费会员的转化,发展各企业客户成为收费会员。

B. 会展服务、行业资讯服务和代理服务获取客户、取得订单的方式和途径

公司依托于国联资源网来提供会展服务、行业资讯服务和代理服务,这几类业务获取客户,取得订单的途径主要包括:一是国联资源网的各行业分网在发展过程中与很多相关行业的客户保持了良好的合作关系,在公司举办相关行业的会展活动,策划编排相关行业资讯产品和代理相关行业媒体的广告时,销售人员会主动联系相关企业的客户,如有需求,即可发展成为了此类业务的客户;二是公司通过在国联资源网的线上推广和相关网络营销途径等发布会展示活动、行业资讯和代理广告服务信息,吸引有需求的企业主动联系公司客服和销售人员来订购此类服务;三是公司销售人员对其他新客户的直接线下开发。

(4) 具体销售模式

A. 线上用户的销售

由于 B2B 电子商务平台的线上持续盈利能力与注册会员数量及访问量存在密切关系,因此公司对线上用户销售的首要目标是发展线上注册免费用户,增加国联资源网及旗下各行业分网的访问量。公司商业信息服务的十个销售事业部人员主要采取电话、QQ、微信、上门拜访、举办法线下展会活动、行业资讯信息的方式进行线上线下服务的推广和销售,引导其注册进行免费体验。

对于免费会员,各事业部重点引导其向收费会员转化。通过赠予免费会员一定期限的低等级服务体验,比如开通商铺服务,让注册免费会员了解服务内容,体验到会员服务对自身业务的帮助,从而发展成为收费会员,以获得更多专业服务。这类会员对国联资源网电子商务平台有一定认知程度并获得了一定收益,希望增强网络推广效果,获得更大收益,因此会产生获取更深层次服务的需求,从而购买营销等线上线下会员产品和会议活动、传统推广、行业资讯等线下服务。

B. 线下用户的销售

国联资源网各销售事业部通过挖掘行业企业黄页数据信息、网络安全、网上注册的免费用户和来电咨询客户以及 CRM 系统进行管理的老客户及潜在客户,以电话、电子邮件、微信、QQ 等多种联系方式以及组织各类行业会议活动,来进行线上线下销售。线下业务的主要促成方式为电话和微信、QQ 销售。

C. 销售流程和服务保障

销售人员在与客户达成合作意向时,双方就合同关键内容进行协商,并初步确定具体内容。销售部业务助理会受理销售人员提交的合同文本,并检查内容填写是否详实准确,是否存在违反公司相关合同条款规定的问题,审查完成后通过公司综合业务管理系统、OA 和微信企业号等向审批人发送申请,根据合同金额的大小不同,由销售部业务总监和总经理分别进行审批。在合同审批通过后,与客户签订服务合同,开始接受付款并提供相应服务。

通过各个部门的共同协作为线上线下收费客户提供全方位售后服务,以促进会员的续费、升级。售后服务提供途径有网络技术部提供的网络运营保障及产品服务支持,以及各事业部后台工作人员的配合。例如事业部设有综合保障组,其中包括买客户、网络编辑专员、资料员、资源开发专员等,买家专员为客户搜集线下买家的采购信息,以提高客户的销售效率;网络编辑专员负责针对收费会员的网上信息发布;资料员负责本部业务板块 DM 资料及外部会议纸质资料搜集整理,以提高对外资料发送的针对性;资源开发专员负责深度资源开发,通过对收费会员的持续服务,深度了解和挖掘一些企业的相关服务需求,与之开展增值服务。

在服务期内,销售人员和客服人员会就电子商务综合服务平台的推广策略,使用技巧,以及线下会议活动、广告宣传、资讯信息等服务内容与收费会员保持密切接触,确保其使用效果,从而与客户保持良好的长期合作关系。

公司重视线下的营销服务工作,充分了解行业用户对于线下服务的需求,并为其提供供需对接、技术交流、媒体推广、专业资讯等线下会员服务项目,以积极提升服务效果。

(2) 采购模式

公司商业信息服务的采购项目主要是网络服务设施、会展场地租赁、会展配套服务、合作单位的费用支付、外包服务等。

① 网络服务设施的采购:公司的业务运营和日常办公需要购买相应的服务器托管、网络带宽、办公设备等,公司一般由网络技术部通过询价比价等方式采购,基本是稳定的长期合作供应商。

② 会展场地租赁和酒店采购:公司的会展业务需要选择合适的场地举办,一般为商务酒店和会展中心。公司决定在某个城市举办法会之前,会由管理部门和行政部联合对该城市的酒店场地资源就地位置、硬件设施、管理服务水平、价格水平、配套服务等方面进行严格的综合考察。公司在会展结束后,会进行效果反馈与评估,从而确定下一届的场地计划。

③ 会展配套服务采购:公司作为会展组织方,需要负责会展部分场景的建设,以及通过旅行社等购买相关的机票、火车票等。公司会由业务部门和行政部门进行详细考察、综合比较最终会选择具有实力和经验的供应商作为合作伙伴。

④ 合作单位的合作服务采购:公司的行业资讯业务和代理业务一般会和相关行业组织合作,公司专设有资源合作和策划中心,负责和行业合作单位的联系、洽谈和签约等事宜,并协调业务部门运营项目,同时向合作单位办理合作服务费用。

3、互联网技术服务

(1) 销售模式

公司的互联网技术服务主要通过国联全网和西南电商为客户提供基于“互联网+”的全网总体设计、平台建设、系统开发、咨询培训和电子商务工程等专业服务;通过小资网帮助传统品牌企业运营其在天猫、京东的网上店铺。

① 本业务板块的销售管理制度

根据客户信息来源的不同,本业务板块的销售管理制度分为两种: A、通过流量推广和在互联网上获取的意向客户咨询或投标信息,通过 SEO 推广专员和投标专员获取信息后,根据分公司和北京总部的区域划分的前提下,将客户资源流转分配到具体负责的销售人员。

B、客户资源为销售人员自主发掘的,在公司建立的统一销售管理制度的基础上,通过销售管理系统和客户关系管理系统执行。公司规定销售人员在发掘客户后,客户资料信息一录入客户关系管理系统并通过相关负责人审核通过后就拥有对这位客户的管理权限,负责销售及售后的服务和后续开发,其他销售人员不得再与该客户联系;但如果连续三个月没有将该客户发展为收费会员或没有服务记录,此销售人员的管理权限无条件解除且该客户成为公共资源,其他销售人员可以再次录入客户信息以获得销售及管理权限。

② 本业务板块的销售管理

公司依托于国联资源网来提供互联网技术服务,本业务板块获取客户,取得订单的主要包括:一是通过在国联资源网、国联全网的线上推广和相关网络营销途径发布服务信息,吸引有需求的企业主动联系公司的客服和销售人员来订购此服务;二是通过国联资源网销售人员的介绍和推荐,将网站会员服务、会展服务、行业资讯服务和代理服务等板块的客户转化成本业务板块的客户;三是公司销售人员对于新客户的直接线下开发;四是公司长期对公开招投标信息进行跟踪、采集,依托国联资源网旗下的阳光采招网平台,对相关招标项目进行搜集整理,对符合公司要求的招标项目,公司业务部门会及时组标投标,在项目中标后,发展成为公司的客户。

③ 本业务板块的具体销售模式

A. 销售方式

通过 SEO 推广、国联资源网销售人员介绍和推荐、通过阳光采招网等招标采购网参与投标、销售人员自行挖掘以及老客户介绍等方式,获取客户资源,并转化为订单。

B. 销售流程和服务保障

销售部门获得意向客户后,即销售人员、咨询架构部门和技术、推广部门人员组成项目小组,进行提案和洽谈,制作标书、进行投标。签订合同后,即进

入项目执行系统进行各模块的合同进度管理,根据合同服务项目不同,分别由咨询架构部、平台建设部、系统开发部、营销推广部开展执行服务。期间,由项目小组负责人与客户一起跟进需求对接和任务调整分配。工作进度严格按照全网执行系统,并设有时间节点对应的奖惩机制。同时,客户也能同步在系统上查阅工作进度和模块内容。之后,按合同约定,由客户进行验收,完成项目任务。

(2) 采购模式

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

32

33

34

35

36

37

38

39

40

41

42

43

44

45

46

47

48

49

50

51

52

53

54

55

56

57

58

59

60

61

62

63

64

65

66

67

68

69

70

71

72

73

74

75

76

77

78

79

80

81

82

83

84

85

86

87

88

89

90

91

92

93

94

95

96

97

98

99

100

101

102

103

104

105

106