# ERP企业管理软件销售技巧（共5篇）

来源：网络 作者：眉眼如画 更新时间：2024-10-17

*第一篇：ERP企业管理软件销售技巧所有的销售都是一样,你必须对你所销售的商品有所了解.在成为销售专家之前,你要做的是先成为一个产品专家.所以,在你从事销售之前,请你对软件的优势,软件的客户对象,软件的功能有哪些,每个具体功能在软件中是怎么...*

**第一篇：ERP企业管理软件销售技巧**

所有的销售都是一样,你必须对你所销售的商品有所了解.在成为销售专家之前,你要做的是先成为一个产品专家.所以,在你从事销售之前,请你对软件的优势,软件的客户对象,软件的功能有哪些,每个具体功能在软件中是怎么实现的这些问题能够解决.做销售之前的准备:

-心态:千万不要把自己作为推销者的身份.你就是一个帮助企业解决问题的人.你和客户的地位都是一样的.站在客户的角度,看如何帮助客户解决企业存在的问题,优化企业的管理.-仪表:注意你是IT人士,你的穿着,举止,仪态都应该让客户感觉你的职业,亲和力,通过你的仪表先给客户信心,建立对你的信任感.-素材:想清楚,客户可能会有什么问题,我们应该怎么解决.(可以听有经验的人讲,可以自己的实践中体检和总结)

步骤一: 客户的寻找和挖掘(这是我们每个销售都需要不断积累的东西)

每个销售员都有自己不同的方法,这里列举一些,希望对大家有所启发:

-电话营销.有技巧的电话营销可以提高效率,对刚进入软件行业的销售员比较适合;

-扫楼,扫市场.这种方法虽然不聪明,但往往是锻炼新手的好办法,用这种方法锻炼销售员的心态比较好,而且可能会有意想不到的收获.-展会中的客户收集.这样客户比较集中,效率会比较高.考验你再最短的时间让客户对我们的产品产生兴趣.-朋友的介绍.当然需要销售员拥有有资源的朋友,因人而宜.这种方法的成交率会比较高.-老客户的介绍.做了一段时间的软件之后,这种方式事半功倍,效果不错.但是这个需要销售员的积累,真的做好老客户的维护工作.-留意正在用盗版的客户.这样的客户成交会比较快,几乎没有什么培训和服务.注意:

-名片一定要准备充分,最好有点个性,随时记得宣传自己

-保持良好的心态,相信付出终会有回报

-方法很多,找适合自己的.步骤二:客户的拜访

面对面的交谈是能否实现销售的关键环节,在拜访中我们应该注意几点:

-首先要建立良好的关系,如何和客户套近乎,取得客户的信任(你认识他的朋友 你曾经和他们工作打过交道 你和他是老乡 你和他是校友(找一些可能扯上关系的因素,先 让他解除对你的防备)

-想方设法了解客户最头疼的管理问题是什么(可以让客户自己讲,也可以有引导式的提问)

一般问题可能有:

l 客户刚刚起步的,一般就是算帐算不清楚,根本不知道自己每天是赚了还是亏了,赚了多少,亏了多少都更不清楚了.因为经常是把公司的钱和家里的钱放在一起用,怎么能够算得清.如果不规范公司管理,公司很难得到进一步发展的.客户有了一定的规模,一般就需要几个重要的数据,但这几个数据用手工算是很麻烦的.第一,仓库里面库存的情况;第二,与他的客户和攻货商的往来情况,第三,现金银行的情况.数据的不及时或者不准确是中小企业经常存在的问题.客户再往上发展,除了数据的实际准确的收集之外,还面临着企业内部流程控制的问题,企业的发展就意味着分工明细,需要每个人做自己的事情.内部流程控制,各种分析报表的需求是这类企业比较明显的问题.当然,还有其他,你要清楚的了解可以到底有些什么问题.听清楚之后,最好用笔和纸把你听到的记录下来,一项一项的和客户确认.-如何做好产品的演示(要让客户有眼前一亮的感觉)帮客户制造矛盾,然后用软件解决.演示不需要大而全,有针对性就好.上一步说明了企业存在的问题.演示的时候,先附和客户,把他说的问题夸大化.说得客户觉得这个问题真得很严重.Ok,你这个时候可以告诉客户,你看我们的软件在这里可以解决你的问题,也可以顺带提一下锦上添花的功能,这样客户才会觉得这个软件好.千万不要直接告诉客户我们有什么功能,这样讲几乎没有什么效果的.演示不需要做具体的单据,只需要说明在什么地方处理什么问题就好.有时候陷入一个细节对成交没有好处不要多讲,有些功能点到为止.讲太多,客户可能认为有些功能用不上,可能不适合他.注意把握一个度.针对性的演示,客户对产品的感觉一般读会比较好.-如何谈价格如果在你的区域有最低限价的政策,那就好谈,是多少就是多少,只要他认准了产品,应该问题不大.注意避重就轻,告诉客户,选择软件价格只是一个方面,应该综合考虑软件的适用性,软件的口碑,软件的售后服务等因素.价格可以优惠,但是不能一次就降很多.降价用具体的金额降,不要用折扣来降,降一折往往就是好几百好好几千.降价也要有技巧.有时候客户也不清楚软件具体是多少钱,但是客户会象专家一样告诉你,有人低价给我,这个价格你给不给,不给我就在其他地方买了.有时候诈你的.在没有确认之前都不要轻易松口.客户拜访中经常可能遇到的问题:

客户说,你的这个功能没有另外一个软件的功能好用.1.具体功能的问题我们可以先放一下,我们先看看大的流程和你希望得到的数据有没有什么问题(转移话题).2.这些功能都是管家婆公司结合了几十万客户的需求研发的软件.虽然功能感觉是有点不好用,但目的是为了规范你的管理.我相信为了优化公司管理,在操作上麻烦一点点,我想也是值得的,你觉得呢(引导他放弃)

3.我想,如果你不选择我们软件,最终的原因不会因为我们软件这个功能不好用,我想你应该看到,我们大部分的功能都比他们做得好.(转被动为主动)

4.你提的这个问题有一定的道理,我可以记下来请需求看看,看在以后的版本中是否可以升级上去.(没有办法的办法)

\* 客户说,用盗版就可以了,正版正本太高了.1.首先还是要感谢您对我们软件的认可,你用盗版证明你觉得用我们的软件是比较顺手的.我不能阻止你用盗版,但是需要注意的是,你要小心你的数据,如果软件出问题的话,盗版的数据是很难找回来的.我想你这么长一段时间的数据应该比一套软件更加之前吧.您考虑一下吧,为了数据的安全,建议您使用正版软件。

2.您的想法可以理解,有您这样想法的人也很多.上次有个客户也是这么给我说的.我当时也劝不住他,他也继续用他的盗版.过了两个月他主动来找我了,说要换正版.我就

问他,你盗版用得好好的换什么啊 原来他的软件出问题,数据没有了,找不回来了.已经都做了一年的账.那个时候开始后悔怎么不早点用正版了.我也不会逼你买正版的,不过万一出问题真是不太好弄哦。

\* 客户说,软件还是不错的,我们需要的时候和你联系

这种情况有两个可能:

1.软件功能是不错,但是你演示的对象不能做主.所以这个时候要进一步要求与决策者直接沟通,看看对软件还有什么疑问.2.可能有其他的原因影响了客户的决策,价格因素 还是客户还在和其他的竞争对手谈 弄清楚,之后对症下药.

**第二篇：企业管理软件销售技巧杂谈**

企业管理软件销售技巧杂谈

■ 企业管理软件销售技巧销售话术

所有的销售都是一样,你必须对你所销售的商品有所了解.在成为销售专家之前,你要做的是先成为一个产品专家.所以,在你从事销售之前,请你对软件的优势,软件的客户对象,软件的功能有哪些,每个具体功能在软件中是怎么实现的这些问题能够解决.做销售之前的准备:

\* 心态:千万不要把自己作为推销者的身份.你就是一个帮助企业解决问题的人.你和客户的地位都是一样的.站在客户的角度,看如何帮助客户解决企业存在的问题,优化企业的管理.\* 仪表:注意你是IT人士,你的穿着,举止,仪态都应该让客户感觉你的职业,亲和力,通过你的仪表先给客户信心,建立对你的信任感.\* 素材:想清楚,客户可能会有什么问题,我们应该怎么解决.(可以听有经验的人讲,可以自己的实践中体检和总结)

步骤一：客户的寻找和挖掘(这是我们每个销售都需要不断积累的东西)

每个销售员都有自己不同的方法,这里列举一些,希望对大家有所启发:

-电话营销.有技巧的电话营销可以提高效率,对刚进入软件行业的销售员比较适合;

-扫楼,扫市场.这种方法虽然不聪明,但往往是锻炼新手的好办法,用这种方法锻炼销售员的心态比较好,而且可能会有意想不到的收获.-展会中的客户收集.这样客户比较集中,效率会比较高.考验你再最短的时间让客户对我们的产品产生兴趣.-朋友的介绍.当然需要销售员拥有有资源的朋友,因人而宜.这种方法的成交率会比较高.-老客户的介绍.做了一段时间的软件之后,这种方式事半功倍,效果不错.但是这个需要销售员的积累,真的做好老客户的维护工作.-留意正在用盗版的客户.这样的客户成交会比较快,几乎没有什么培训和服务.注意:

\*名片一定要准备充分,最好有点个性,随时记得宣传自己

\*保持良好的心态,相信付出终会有回报

\*方法很多,找适合自己的.步骤二：客户的拜访

面对面的交谈是能否实现销售的关键环节,在拜访中我们应该注意几点:

-首先要建立良好的关系,如何和客户套近乎,取得客户的信任(你认识他的朋友 你曾经和他们工作打过交道 你和他是老乡 你和他是校友(找一些可能扯上关系的因素,先让他解除对你的防备)

-想方设法了解客户最头疼的管理问题是什么(可以让客户自己讲,也可以有引导式的提问)

一般问题可能有:

l 客户刚刚起步的,一般就是算帐算不清楚,根本不知道自己每天是赚了还是亏了,赚了多少,亏了多少都更不清楚了.因为经常是把公司的钱和家里的钱放在一起用,怎么能够算得清.如果不规范公司管理,公司很难得到进一步发展的.客户有了一定的规模,一般就需要几个重要的数据,但这几个数据用手工算是很麻烦的.第一,仓库里面库存的情况;第二,与他的客户和攻货商的往来情况,第三,现金银行的情况.数据的不及时或者不准确是中小企业经常存在的问题.客户再往上发展,除了数据的实际准确的收集之外,还面临着企业内部流程控制的问题,企业的发展就意味着分工明细,需要每个人做自己的事情.内部流程控制,各种分析报表的需求是这类企业比较明显的问题.当然,还有其他,你要清楚的了解可以到底有些什么问题.听清楚之后,最好用笔和纸把你听到的记录下来,一项一项的和客户确认.-如何做好产品的演示(要让客户有眼前一亮的感觉)帮客户制造矛盾,然后用软件解决.演示不需要大而全,有针对性就好.上一步说明了企业存在的问题.演示的时候,先附和客户,把他说的问题夸大化.说得客户觉得这个问题真得很严重.Ok,你这个时候可以告诉客户,你看我们的软件在这里可以解决你的问题,也可以顺带提一下锦上添花的功能,这样客户才会觉得这个软件好.千万不要直接告诉客户我们有什么功能,这样讲几乎没有什么效果的.演示不需要做具体的单据,只需要说明在什么地方处理什么问题就好.有时候陷入一个细节对成交没有好处 不要多讲,有些功能点到为止.讲太多,客户可能认为有些功能用不上,可能不适合他.注意把握一个度.针对性的演示,客户对产品的感觉一般读会比较好.-如何谈价格 如果在你的区域有最低限价的政策,那就好谈,是多少就是多少,只要他认准了产品,应该问题不大.注意避重就轻,告诉客户,选择软件价格只是一个方面,应该综合考虑软件的适用性,软件的口碑,软件的售后服务等因素.价格可以优惠,但是不能一次就降很多.降价用具体的金额降,不要用折扣来降,降一折往往就是好几百好好几千.降价也要有技巧.有时候客户也不清楚软件具体是多少钱,但是客户会象专家一样告诉你,有人低价给我,这个价格你给不给,不给我就在其他地方买了.有时候诈你的.在没有确认之前都不要轻易松口.-客户拜访中经常可能遇到的问题:

\* 客户说,你的这个功能没有另外一个软件的功能好用.1.具体功能的问题我们可以先放一下,我们先看看大的流程和你希望得到的数据有没有什么问题(转移话题).2.这些功能都是管家婆公司结合了几十万客户的需求研发的软件.虽然功能感觉是有点不好用,但目的是为了规范你的管理.我相信为了优化公司管理,在操作上麻烦一点点,我想也是值得的,你觉得呢(引导他放弃)

3.我想,如果你不选择我们软件,最终的原因不会因为我们软件这个功能不好用,我想你应该看到,我们大部分的功能都比他们做得好.(转被动为主动)

4.你提的这个问题有一定的道理,我可以记下来请需求看看,看在以后的版本中是否可以升级上去.(没有办法的办法)

\* 客户说,用盗版就可以了,正版正本太高了.1.首先还是要感谢您对我们软件的认可,你用盗版证明你觉得用我们的软件是比较顺手的.我不能阻止你用盗版,但是需要注意的是,你要小心你的数据,如果软件出问题的话,盗版的数据是很难找回来的.我想你这么长一段时间的数据应该比一套软件更加之前吧.您考虑一下吧,为了数据的安全,建议您使用正版软件

2.您的想法可以理解,有您这样想法的人也很多.上次有个客户也是这么给我说的.我当时也劝不住他,他也继续用他的盗版.过了两个月他主动来找我了,说要换正版.我就问他,你盗版用得好好的换什么啊 原来他的软件出问题,数据没有了,找不回来了.已经都做了一年的账.那个时候开始后悔怎么不早点用正版了.我也不会逼你买正版的,不过万一出问题真是不太好弄哦.\* 客户说,软件还是不错的,我们需要的时候和你联系

这种情况有两个可能:

1.软件功能是不错,但是你演示的对象不能做主.所以这个时候要进一步要求与决策者直接沟通,看看对软件还有什么疑问.2.可能有其他的原因影响了客户的决策,价格因素 还是客户还在和其他的竞争对手谈 弄清楚,之后对症下药.■ 共享软件营销技巧: 先试后买还是先买后试？

共享软件的一大特征是先试后买,你在掏钱之前可以先试用软件,觉得好用了再注册,这是共享软件的一大卖点。但共享软件销售的实际情况是什么样呢？仍然有很多用户不试就买，想象我们自己逛商店，是不是每次都非常仔细的了解了产品的各个细节，然后才下决心购买呢？不是，很多情况下，我们只是当时有了购买的冲动，一激动之下，掏钱就买了。共享软件的销售有类似的特点，所以围绕制作共享软件的产品宣传网页是，中心意图应该是让浏览网络的人产生购买你的共享软件的冲动欲望，而共享软件可以先试后买在很多情况下只是给用户买了一个放心的保险（如果你不放心，可以先下载试一试），而你的目的是什么？当然是多多地赚钱。很多共享软件作者发现，在购买页面上提供一个“30天无风险退款保障”的承诺能大幅度提高顾客即兴购买的比例，而退款的比例远远没有想象的那么可怕。

■ 售前必读：ERP软件演示技巧全揭密

一场好的ERP软件演示，不仅是一场技术讲解，而且是一场优秀的演讲，也是一个良好的销售艺术谈判过程。在ERP软件销售的历程中，不管是关系营销、方案营销，还是团队营销，尽管其强调的侧重点发生了转移，但是ERP软件的演示却贯穿始终，尤其是处于财务软件向管理软件转型的厂商。由于演示效果的好坏直接关系到客户对ERP厂商软件的印象，关系到对ERP厂商的整体形象，关系到能否顺利签单，由于相同的产品不同人做软件演示，产生的效果也存在很大的差异，由于国内的ERP厂商对软件演示存在种种问题，因而本文就此问题对ERP软件演示过程的技巧进行分析研究。

一、ERP软件演示前的技巧分析

1、了解软件演示的目的

一般情况下，ERP软件的演示目的一为“效果性”演示，说明ERP软件的大致框架，设计理念以及软件的主要功能模块等，证明ERP厂商的确具有这样的软件；二为“功能性”演示，主要针对于客户的具体业务需求，在软件中的实现方法。由于存在两种目的，导致软件演示方式存在较大差异，甚至对于问题的解说也要用不同的形式，对于前者客户需求不是太清楚的情况下，多用咨询的口吻；对于后者，对于客户的问题要有明确的解决方案，即使有多解决方案的前提下，也要指明各方案之间的差别。

2、了解参与听软件演示的客户方人员

客户方不同的人员参与，软件演示的侧重点应该有所差异。如，企业老总希望通过软件的使用可以降低成本，强化企业的运转能力，提高企业的核心竞争能力等；中层管理人员希望便于本部门，以及部门之间的业务集成，能否方便查询统计分析等；而对于最终操作人员，主要关注的是软件操作的方便性，以及具体的职能要求等。在不同的情况下，从而使得ERP软件的侧重点也不一样，做到心中有数。

3、演示数据资料准备

目前许多客户为了增强软件演示的效果，往往提供企业的主要业务流程，或者是企业的物料清单（BOM）等，ERP厂商应该根据客户提供的信息，设计尽可能多的演示数据。要将客户的数据设置全面，如果不知道的情况下，也要结合其行业的特点进行分析设计。如，我在一次软件演示中，客户的生产计划规划部门与车间是不同人进行的，而且都要参与演示。可客户提供的信息中没有产品工序的信息，为了让客户全面的了解ERP软件，我虚拟了许多工序，并考虑到企业在生产过程中存在种种问题。这样每个部门都能知道本ERP软件到底能解决他们具体的什么问题，效果也非常好，也同其他的ERP厂商拉开了距离。客户不仅认为我们很重视他们，数据很充分，而且认为我们非常专业（这种买软件是买感觉的效果得到了体现）。

需要强调的是：目前许多ERP软件都比较灵活，具有自定义字段或者报表的功能。而标准软件往往没有行业的特征，这样在做演示数据时就要结合客户的具体情况，对软件进行初步的客户化工作，使得客户认为我们的软件很适合他们，有他们专门的解决方案，效果是可想而知的。

4、演示设备与相关文档的准备

在演示中要特别注意由于外界因素造成软件演示效果的不良，如，是否将投影仪准备好，是否将演示测试完善，是否将辅助软件演示的PPT文档准备完善，是否准备好录音笔和激光笔等等？如果以上事项存在问题，将会严重影响ERP软件的效果，也必将导致ERP软件销售的失败。如，我在一次ERP软件演示中，到客户处才发现投影仪无法使用，但客户的各级领导都在等着，最后只有将客户围绕在一台电脑前看演示，各位领导也是相继离开会场。因而建议：在软件演示之前要提前二十分钟到客户处准备设备，检查演示软件是否好用（没有过期，数据库正常）等。

**第三篇：如何销售企业管理软件**

三盟软件 施健 发表于2024年 5月

31如何才能将你的软件卖给客户是所有软件销售人员梦寐以求的哈哈,千万不要以为我现在就能帮到你,我只是因为做了近10年的软件销售,总结我的得失,以求新的成长.记得我刚开始销售我们自己研发的软件产品有2个产品:文档管理软件和工作流软件,那是在1999年.哪个时候我们主观认为只要是企业都有大量的文档资料需要进行管理,微软的资源管理器是远远不够的,还有就是所有的企业要实现管理都应该依赖企业的管理流程才可以将企业管理好.就这么简单的理由让我觉得:我们的软件肯定会很好卖,客户群广,几乎所有企业还有政府机构都需要我们的软件.脱贫致富的日子不会太远了!

实在有点不好意思,我记得我们1999年一年的软件销售大概不会超过5套,销售额不到20万.还好公司还经营其他业务否则就没有今天的三盟软件拉，“多元化”经营可是养活了我们，如果大家软件卖不出去，可以借鉴一下哦。

当时销售人员加上我3个,销售方式就是2个人专门收集客户名单、传真、EMIAL、邮寄资料、电话联系，我专门负责上门演示，一年下来至少给100家单位做过演示，也弄过集中邀请到酒店（现在知道叫会议营销）。

接下来2024年一直到2024年，一直是这种销售模式，当然也有些变化我们把文档管理产品做成文档管理平台来卖，再把工作流作成办公自动化（OA）来卖，同时我们还找了一些合作伙伴帮我们一起卖，他们只负责销售，我们负责提供产品、安装、培训、售后服务。销售额开始有上升，但是因为服务成本的投入也在不断上升，甚至超过销售额上升的比例，所以软件业务还是不能赢利。

用现在的眼光先总结一下当时的经验和教训

哪个时候企业管理软件的消费在企业里的认识还非常不足，而我们主观的意愿与客观的现实相差甚远，当时只有用友金蝶的财务管理得到企业的重视，什么文档管理还只是一个概念，显然像我们这种无人知晓的小公司去建立文档管理的市场概念显然是小石子扔大海，一点意义都没有。办公自动化虽然已经有点市场，但是都是比较大的企业或政府，我们遇到竞争对手，人家只要用一个PPT就把我们给PK掉了，说白了，小公司不应该研发和销售大软件，实在是有点自不量力啊！还好老天看着我们还算勤奋给我们有口饭吃，“天道酬勤”！

说到这里也顺便说说我们在自不量力的环境下，如何也能卖掉几套，而且当时买我们软件的还是有些大公司的其中有上海市委办公厅、上海万科房地产、上海复地房地产、上海侨办、开利中国、上海建工、上海烟草印刷厂等一些政府机关和企业。

我觉得最重要的有以下几点：

1、产品展示要充分，要根据你对客户的把握，把客户想要用到的功能充分展现出来，甚至超出他目前的应用要求，告诉他们以后发展了怎么扩展，用尽思路告诉他们，这个产品的应用功能足够而且生命周期长；

2、价格要好，什么叫价格要好？我当时的理解，我们报个价，在客户的接受范围内，他想买，基本上不考虑用户数、客户规模、软件重要度，只要他们想买，我就卖给他们；

3、态度要诚恳，不要呼吁别人，把产品目前存在的一些小问题也要告诉他们，告诉他们如何在实际应用中扬长避短；

4、把客户当朋友，这必须是发自内心的而不是假装的，以你的全力来帮助用户用好你将要卖给他们的软件，即使会遇到很多问题，你也要有这种思想准备。

三盟软件 施健 发表于2024年 5月2

4去年5月份写了一半，原计划去年就应该完成下半部份的，结果拖了一年，再不补上实在说不过去了，尽管不知道有没有人看，哈哈！

如何才能将我的软件卖给客户呢？

第一步应该是市场策划的问题，因为我们要清楚谁需要我们的软件，我们的软件适合那些客户群。举个实例：三盟软件公司有个软件产品“文档管理软件”，十年前就开始做这个产品；了，为什么要做这个产品呢，因为很多公司都有很多电脑，每天这些电脑因为工作而产生大量的电子文档，有销售文档、产品设计文档、图纸、行政管理文档、合同等，市场上除了简单的WINDOWS资源管理器以外，缺乏专业的文档管理软件，很多企业的文档管理可以说是乱糟糟的，我们发现设计院、制造业、咨询业、政府机关应该需要文档管理软件，所以我们就对以上这些单位进行市场营销，尽管当时效果不是很理想，但是可以肯定当时的做法是准确的，只是我们自己在市场营销策划上做得不够好（关于市场营销的话题以后单独展开；

第二步当市场策划进行的同时，就要落实具体的销售行动，既将市场落实到销售，招聘合适的销售代表，收集潜在客户名单进行电话销售、传真、MAIL、信函、上门拜访还有邀请参加会议，事实上这一步应该是最重要的，也是是最难的，首先需要有一定的投入，最起码需要招聘一批销售代表，如果销售代表的能力不够，显然效果会受到影响，如果销售代表的能力强一些，销售成本会更高一些，风险甚至也更大一些，因为市场是我们假想的，在没有实践之前一切都是飘渺的；同时有了销售人员之后，真正的销售与我们市场营销策划之间经常是有矛盾的，比如产品的定价是比较高的，客户的接受价格是比较低的；也有可能是产品定价是不包含服务的，而客户希望是包含服务的；很多企业的销售指标是根据企业自己的成本来核算的，有更多是老板拍脑袋的，销售指标不能顺利完成几乎是大部分企业都要经历的，于是频繁的更换销售代表、修正市场策划、调整产品价格、甚至重新开发新的产品，策划新的市场，不管怎样，任何时候，坚持是最重要的，企业要相信自己的产品和市场，坚持不懈，将产品做得更好，将市场策划得更合理，有更强的可操作性，销售人员要坚持执行企业的市场策略，收集更多的潜在客户，发更多的传真和MAIL，拜访更多的客户，脸上挂满更多的微笑和信心，完成从量变到质变。回顾我十多年的软件销售经历，很坦白的说我至今还没有成熟的软件销售模式和经验可以值得炫耀，但是我个人实现了1500万以上的销售额，尽管业绩平平，但是我很自信我已经成长为一个合格或者说优秀的软件销售人员，通过软件销售，了解各行各业的软件需求，甚至在某些行业，我俨然以专家的身份帮助用户采购和使用相关的软件，我因此有了更多的自信。

第三步又要从具体的销售行动来感悟市场，我们经常说一个优秀的销售人员应该有敏感的市场嗅觉，我想说的也就是这一点。销售人员必须在日常的工作积累中，在与客户的沟通过程中，在了解竞争对手的市场与产品中去不断的去感悟去创新去发现新的际遇，三盟软件的核心软件产品只有2个，一个是文档管理，一个是工作流程管理，在经历10多年的感悟和创新后，三盟现在拥于10多个产品，从文档管理衍生出专业的档案管理产品、项目文档管理产品，从工作流衍生出房地产业务流程管理软件、会计师事务所业务流程管理软件、电力工程业务流程管理软件，从制造业的文档管理到设备管理，从通用的OA软件到行业的企业管理平台，几乎每年都会有新的产品和新的应用，源源不断，而市场上更多的软件企业因为产品老化、缺乏新的竞争力而惨遭淘汰，所以说一线销售的很多信息，经过提炼和分析，反过

来帮助企业策划和开发新的市场，新的产品、新的应用、新的服务。

显然第四步又要回到第一步了，哈哈，这不是在讲蛋和鸡的故事吧！

总结一下，其实软件销售没有捷径可走，优秀的市场营销策划和塌实的销售行动缺一不可，互相支持，企业和销售人员需要的只是坚持，坚持始终如一的销售行动，坚持学习和提高，坚持提炼和创新，坚持帮助客户，坚持让软件帮助管理，让管理创造财富！

三盟软件坚持要成为国内优秀的企业管理软件品牌，路漫漫。

**第四篇：企业管理软件ERP 介绍**

企业管理软件 ERP 介绍

企业管理软件是面向中小企业全面业务管理的ERP信息系统，将企业中的关键要素，包括客户、供应商、采购库存、销售、财务、办公等，相互关联、集成在一起。帮助企业建立一套规范准确即时的业务数据库，同时实现轻松规范、细致的流程管理。

产品功能介绍：

--客户管理

客户关系管理由意向客户、正式客户、所有客户、联系记录等功能模块组成。具有以下功能特点：

1.建立完善的客户数据库，对该客户的基本情况、信用情况、业务往来情况、联系人信息等随时查询，最大限度地 保留和管理客户资源，有效避免客户流失；

2.支持按名称、地址、联系人、电话等各种信息智能搜索客户，具有查重工功能；

3.迅速捕捉意向客户及销售机会，有效避免机会遗失；

4.能够强化对意向客户的各阶段跟踪，对意向客户进行一定评估；

5.详细记录每次与客户联系的具体内容，方便查询历史信息；

--采购管理

采购管理由请购单、采购订单、采购单、采购发票、采购退货等功能模块组成。具有以下功能特点：

1.系统整合了采购全面业务。从采购货品、退货、付款等一系列工作进行全面跟踪，控制采购流程合理应用。实现 了业务环结紧密联接；

2.建立完善的供应商档案，实时控制供应商资料、信用、价格、等关键环节业务处理；

3.全方位统计分析，全面详细掌握采购业务整体情况，减少盲目进货，降低库存积压和流动资金的大量占用；

4.支持采购订单、采购入库、采购退货业务，满足中小型企业商贸业务中采购核算管理；

5.支持货品条形码管理，支持批次管理、有效期管理；

6.采购订单可以参照请购单自动生成，采购单可以参照采购订单生成，也可手动审核后生成入库单及应付款；

--销售管理

由销售订单、销售单、零售单、销售发票、利润分析、赠品/样品等功能模块组成。具有以下特点：

1.系统整合了销售全面业务。清晰管理客户往来业务账目及订单执行过程，实现有效控制；

2.有效的建立客户资料、价格体系、信用额度、应收款期限等关键环节业务管控，使企业灵活、快速应对市场变化 减少坏帐，规避销售风险；

3.能够按客户、货品、销售类型、单据日期、销售排行等灵活搜索历史订单，随时导入导出Excel；

4.全方位统计分析，全面详细掌握销售业务整体情况，快速把握销售状况，抓住商机；

5.支持销售、结算、退货业务，满足企业管理项目经营利润。分析项目业务拓展提供准确数据；

--库存管理

库存管理包括入库管理、出库管理、调拨管理、盘点管理等功能模块。具有以下功能特点：

1.入库管理：对入库货品进行审批，也可以建立直接入库单，对入库货品进行查询和统计；

2.出库管理：对出库货品进行审批，也可以建立直接出库单，对出库货品进行查询和统计；

3.调拨管理：在不同仓库间调拨货品，通过货品调拨功能，加快物流周转速度，保证分销业务顺利进行；

4.库存盘点：可以定期盘点库存，如果有出入，建立盘点清单，平衡库存；

5.库存报表：可以对当前库存进行查询，也可以对滞销、畅销货品的查询。查询时可以根据多种条件组合查询货品 记录,可通过EXCEL表导出数据，并可以打印出历史数据列表；

6.库存预警：包括产品库存上限报警、产品安全库存报警、产品保质期报警；滞销产品报警预先设定商品库存上下 限，实现库存报警功能，当库存产品少于产品的库存预警数时系统自动预警，以达到降低库存，减少资金占用，避 免货品积压或短缺现象；

7.库存统计：统计不同仓库的库存成本，可以分别在各栏目中查看到出入库统计、盘点统计、调拨统计等等；

8.月末处理：包括会计日历和月结；

--财务管理

由应收欠款、应付欠款、预收款、预付款、收款单、付款单、费用单等功能模块组成。具有以下功能特点：

1.无须财务专业知识，简单明了管理应收帐款、应付帐款、费用。达到清晰理财，收入支出一目了然；

2.清晰反映每一笔业务流水帐目，及时计算每笔业务利润；

3.提供供应商、客户的往来帐务，实时查看供应商、客户应收、应付流水明细，清楚分析经营情况表，帮助企业经 营者轻松了解运营状况；

--客户服务：

1.随时接受售后服务请求，详细记录请求内容；

2.能够指定售后服务请求处理部门及处理人，并规定处理期限；

3.对客户投诉进行详细记录，并对每个投诉进行落实、处理；

4.建立客户回访计划，登记回访情况，分析回访结果；

--办公管理：

1.协同任务管理让工作井井有条。随时了解任务的执行情况，对未完成任务随时监控；

2.知识管理不限层级设置栏目，通知、规章、制度、学习、交流、资料一应俱全；

3.提醒信息即时联络，定时提醒让工作有条不紊；

4.员工通讯录、公共通讯录、个人通讯录灵活智能查询；

5.记事本任意设置标签，方便记录信息；

6.待办事项自动提示待处理的业务，工作不会错漏；

--基本资料设置

包括对仓库设置、货品分类、货品档案设置、供应商档案、客户档案、安全库存设置、公司信息设置；

**第五篇：模具ERP——模具管理软件**

模具ERP——模具管理软件

模具行业，特别是精密模具行业，是具有人力密集、技术密集、资本密集、高附加价值等特性的产业。其含盖的应用范围极为广泛，凡日常生活中所需的五金用品、家电产品到电子产品，以及汽车、飞机、军事武器、大型工具与装备等，都需要借助模具来生产所需零件。但在一般的模具行业管理中，也普遍被认为是人治、师父向导、管理不易制度化、不易计算机化管理的行业，但是随着客户对于质量要求提高、成本要求降低、服务要求到位、以及交期要求缩短等4大因素下，模具行业的管理阶层无不思考如何取得比同业更好的竞争优势以及如何具有更好的营利能力。

一般而言，模具企业管理阶层，普遍缺乏，但又最想掌握的模具生产管理因素包括：

（1）实际成本分析与掌握；

（2）整副模具生产进度；

（3）实时掌握制模作业状况；

（4）人员与各工序绩效分析资料收集；

（5）自动化/一次性收集车间生产状况信息；

这些问题是让模具企业最为头疼的问题，怎样解决，模具ERP无疑是一个很好的选择。针对中国模具企业棘手问题，eMan益模制造执行系统能提供优秀的解决方案，能无限制的扩大企业的业务信息空间，使业务活动与业务信息得以分离。在订单的驱动下，原本无法调和的集中于分散的矛盾得以解决。通过技术信息手段，整合企业内部资源，并实现资源的集中、统一和有效配置；通过“协同设计”、“协同制造”、“客户关系管理”，企业能够跨越内部资源界限，实现对整个供应链的有效组织和管理，从而使模具企业的运作处于良性循环中。

模具报价管理

模具是单个、带有试制性质的产品，要一次性准确报价不是一件容易的事，每副模具的报价，至少要考虑以下的价格构成要素。

模具价格=设计费+材料费+制造成本+销售费用+税金利润。

要让模具业务承接人员一个人去考虑上述种种报价因素，可能真的忙不过来。而且业务承接人员也不会是设计、备料、制造进度控制、质检验收等各流域的全能冠军。

eMan益模制造执行系统能根据模具工艺库中模具成本及CAD数据，成本统计表、BOM表等，为模具企业准确报价提供支持，不仅确保了报价的竞争实力，更让模具企业从中获得最大的收益。

订单与项目管理

模具企业存在订单随机、交货期短的特点，订单与项目管理人员时不时要对新订单进行统计，并计算各项目的费用，而且统计过程中难免会出错，需要经常审核修改，十分费时。

eMan益模制造执行系统能进行接单模拟，预估交货期，协助商务谈判，项目订单、图档统一管理，确保数据完整性，项目成本管理，各项费用清晰明了。订单管理人员统计时精确无误，而且耗时少，效率高。

主计划管理

在模具的制造过程中，随着企业规模的扩大和细化，企业的各个阶层更加迫切地希望随时了解模具设计、制造的进度。比如：很多管理人员想随时了解企业当前剩余的生产能力是多少？能不能透明地看到车间生产现场？能不能及时看到生产进度？能不能预估订单交货期多长？生产现场的调整会给后续订单带来哪些影响？

计划对模具企业而言至关重要，详细并有序的设计、生产计划能为模具企业做好导航，并安全抵达目的地。eMan益模制造执行系统的主计划管理模块儿能直观、方便、快捷地完成模具开发各阶段的完成时间及负责人；指导和约束设计详细计划、采购详细计划、加工详细计划等，生产各类报表可随时提供给客户查看。帮助各部门管理人员随时掌握进度，跟进设计、生产情况，对各类突发情况能及时采取措施做出调整。使得整个模具企业的运作链处于有序的、良性的循环中。

设计管理

模具企业在接到订单后，进行模具设计时，容易出现各种问题，如：进度、设计规范、流程问题。设计人员设计时，因为BOM表数据过多，调取时也很容易出现问题。很多设计人员在设计过程中无法发现问题，设计，完成审核时才发现漏洞很多，返工现象频繁，影响了企业整体运作的进度。

eMan益模制造执行系统能确保模具设计过程的规范化、流程化、实时了解设计进度、变更、异常，随时预警；此外，还可与常用CAD设计软件集成，自动获取BOM清单信息，保证设计数据一致性。

工艺编制管理

中国的模具企业比较依赖技术人员，一旦技术人员离开，企业全盘瘫痪。究其原因，企

业缺乏技术知识及工艺积累意识，根基都没有了，怎么能发展。

eMan益模制造执行系统能实现规范、便利的工艺编制，协同设计；同时，扩充BOM表，自动生成BOP表，实现设计、制造并行处理；快速定义工艺相关性；建立典型工艺知识库，积累成熟工艺，规避人才流动造成的企业知识流失；定制工艺卡，自动生成监控条形码。车间生产优化调度

模具企业的车间管理是一大难题，怎样安排几百套模具的生产，怎样安排数以千、万计的工序加工？怎样合理分配任务？每个组的负荷情况怎样？怎样最优化地分配任务，以便在交货期内完成订单？怎样及时了解订单完成情况？

eMan益模制造执行系统能保证所有订单的交货期；同时，实现优化车间生产计划；提供合理的优化级别和优化目标设置，调度更灵活，生产的可控性更强；最大程度地发挥企业内部产能，使企业生产资源（设备、人力）负荷平衡，实现均衡生产，避免不合理的加班和外协；提供资源负荷图，更直观、更便捷预警关键设备、关键工序；预警可能延期模具的风险，自动合理安排加班和外协。

车间实时监控

eMan益模制造执行系统采用条形码技术，零件与条形码关联，标识唯一，管理更轻松；刷卡监控，简单易行，员工操作方便；灵活处理换班、多人加工一道工序、一人操作多台机器、急件插入、调换工序等特殊情况；车间数据采集和统计，客观、实时、准确；质检纳入监控，最大程度地降低质检问题造成的损失；职工绩效考核，有据可依；数据实时更新，提供实时查询；主管足不出户，即可查看到最新的零件加工情况、模具进度和订单进度；随时获悉异常信息，及时处理。

物料管理

物料是模具企业进行管理的一个重要环节，计划、采购、制造、库存、成本计算、销售都是围绕着物料展开的。eMan益模制造执行系统物料管理模块儿涵盖设计、采购、仓库、加工各个环节，有利于对各个环节物料情况掌握；设计员参与选料，提高物料的利用率；同时，设置最低库存，自动发出补料通知；实现物料需求管理、采购管理和仓库管理。统计分析与决策支持

eMan益模制造执行系统的统计分析与决策支持模块儿能为客户定制各类报表；为财务部统计、分析、对比资料提供支持；成本、质量和绩效清晰明了，为企业财务计划提供支持；同时，该模块儿支持报价、交期等订单商务谈判。

益模制造执行系统，最专业模具ERP/APS/MES,能帮助模具企业轻松解决模具生产、质

量、交货期、质量问题，帮助模具企业提升核心竞争力和创新能力，实现可持续发展。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找