

2016 企业服务生态论道



盛景网联董事长 彭志强



神州顺利办创始人 彭聪



EventBank捷会易创始人 纪景姝



六度人和创始人 张星亮

本报记者 崔敏

2016年,企业级服务市场进入分水岭,机遇与风险并存。一面是资本的青睐,融资事件不断;另一面则是获客的压力、企业服务生态格局的建立。11月18日,亿欧网主办的“2016企业服务生态论坛”上,业内人士围绕企业服务的发展现状、发展趋势、升级创新进行了深入探讨。

盛景网联董事长彭志强:

企业服务里也有很多陷阱 切忌新瓶装旧酒

中国B2B的投资正在成为一个风口,也是未来5年一个大的风口。在过去的时代里,中国风险投资投在B2B大概占5%不到10%的比例。在美国这个数字在40%,2C占60%;在以色列2B占大概90%以上。

中国2B投资占整个投资比重数字在快速增长,尤其是在过去的一年当中,在O2O、互联网金融遇到这样那样的困难之后,B2B成为风险投资的热点领域和方向。盛景网联董事长彭志强表示,B2B是未来5年、10年中长期发展的趋势,因为伴随着C端流量红利已经结束,而且C端的平台垄断已经比较严重的背景之下,越来越多的创业者不得不投向B端。

彭志强进一步解释,在美国为什么有

那么多2B融资估值在几百亿美元,大家看到很多人力资源公司,都是上百亿、几十亿美元的公司,中国相对少。当一个国家人力成本越来越贵时,人力资源公司越来越值钱。不仅人力资源公司如此,2B企业在提升效率降低成本的公司中变得有价值,中国在各个领域、各个行业、各个细分市场2B公司会越来越有价值,市场会更大、用户量会更大,这是5年发展的大风口。

“当然我们也要切记,2B里边有很多坑很多陷阱,很多B2B电商十多年前在IT行业的打法,今天披着‘互联网+’的外衣,在B2B风口下卷土重来,切勿拿着好听的名字或新的瓶子装旧酒。今天投资B2B作为风口来看,很多资金蜂拥进来,但最终发现这些企业成长不起来。一方

面我们看到B2B是一个未来5年大的风口,另一方面我们看到很多公司商业模式非常传统,还需要调整,还需要有创新的空间。”

彭志强认为2B企业级产品最终用户是一个C,要考虑C的人性化用户体验,这样产品才能真正有价值、有生命力。如何在企业级服务领域里面,把人的因素摆在第一位,把人性化的因素摆在第一位,把C的一些需求用一个新的视角去把握、运用,值得思考。

此外,精准的客户定位在B2B公司里变得特别重要,不同2B公司类型客户需求几乎完全不同,其关注点也是完全不同,盈利模式完全不同。比如客户是超大型的,如中石油、中石化、中国电信、中国移动等,或是中小企业、微型企业、创业型

企业,这些企业区别是非常大的。

与此同时看到B2B企业级服务领域里面,垂直化的公司是主流。此外还有行业性,面向金融行业、面向电信行业、面向政府,行业划分不同。分职能或分行业化的垂直公司是主流,或者反过来说这样的公司更容易成功,更容易取得尤其是由0到1的成功。

彭志强建议,如何解决行业面临的普遍挑战,首先一定要抓刚需痛点;其次当抓住痛点真刚需以后,如何革命性地降低销售成本;最后还要走合作营销之路。

另外也建议大家在企业级应用时单点突击,再进行多维的延展。在交互层面让用户先尝到甜头,让用户觉得没那么难,但好处享受到了,成果已经享受到了,再慢慢开展开来。

神州顺利办创始人彭聪:

打通企业服务的最后一公里

数据显示,2015年企业主体数量为7000多万,截至2016年6月30日,中国经营主体数量已经突破8000万,基本上每三秒钟有一家公司诞生,十秒钟就有一家公司消失。谁能够为8000万企业的发展提供真正的帮助,解决企业利润从哪里来,市场增量从哪里来等问题,是具有巨大需求的场景命题。解决这些问题的企业服务商,也将会是一家非常伟大的公司。在巨大的企业需求面前,企业消费互联网正在迎来春天。

神州易桥总裁、神州顺利办创始人彭聪表示,过去的个人消费互联网领域是存量博弈,如今企业服务3.0时代开创了现代级企业服务场景。如何加速8000万中小企业成长进程,未来更多的企业将采用“合伙人+企业服务公共平台”的商业模式。

在彭聪看来,在企业服务3.0时代,未来80后、90后的合伙人,建立基于信任、价值,彼此赋能为依托的社群,企业服务公共服务平台一站式提供他们创业过程中所需要的各种服务。在这种开放性模式中,合伙人更像是种子,企业服务公众平台是土壤。

为此,神州顺利办提出“百城千店”计划,将企业服务运营中心开到企业身边,提供全程管家式服务。据了解,在上市不到半年时间,神州顺利办迅速覆盖全国24个省市自治区,拥有400多家线下企业服务运营中心,服务超过350万企业客户。

彭聪认为未来的经营主体将更加细小,更加垂直。神州易桥定位企业运营商,致力于孵化中国未来企业,业务范围包括企业管理服务、营销服务、资金服务三大类。神州顺利办是上市公司神州易桥旗下品牌,提供企业管理服务。从企业基础管理服务中抓住企业出生价值原点,在价值原点的基础上延展服务范围,提供基础管理、营销、资金等成长性服务,并延展实现价值网络共赢。

关于企业服务是发展线上还是线下,彭聪认为,应该是线上+线下的模式,因为服务是非标准化的,需要通过面谈和咨询来提供,不能通过纯互联网的方式解决。并且目前通过纯线上的企业服务存在的乱象和恶性竞争较多。所以神州顺利办通过上市公司的布局,让企业服务流程透明,服务质量透明。

产业转型升级过程中,大企业处于“冰冻状态”,基于大企业的企业服务市场几乎饱和,而随着双创的驱动,小微企业成为未来企服主体是客观事实。神州易桥的定位是面向中小企业的运营商,推进企业服务运营中心、服务工厂、赋能空间、产业园基本覆盖,为企业服务提供“最后一公里”服务。“通过赋能体系,通过线下运营中心之间的赋能,形成万人千店的效果。在企业服务‘最后一公里’,打造所有企业生存发展的土壤,将是非常有价值的事情。”彭聪表示。

对于目前企业服务市场存在的制约因素,彭聪分析,例如美国的企业服务政策支持和从业人员素质较高,在中国企业服务还处在起步阶段,即将快速发展,中国的企业服务基础平台搭建还需要一个过程,目前企业服务延伸的链条较短。此外,专业人才及“工匠”的缺乏严重制约企业服务的发展,对此,神州顺利办不断引进专业人才,以老带新,并通过收购和纵向整合优质资源提高自身的服务能力。

对于2017年的规划,彭聪表示,神州顺利办将围绕价值网络,继续以“圈地、囤人、赋能”为战略导向,整合多方优质资源,迅速在全国布局超过800家企业服务运营中心。

六度人和创始人张星亮:

打破CRM的两个魔咒

CRM做了十几年一直有两个“魔咒”打不开,从最早到今天有人把销售挪到手机上做了移动的C端。第一个“魔咒”是不管怎么移植,用户不爱用,不接受CRM。第二个“魔咒”是不管共有云、私有云还是云化,销售额无法突破5000万。

六度人和创始人张星亮表示,今年、明年可能有越来越多的厂商突破。中国SaaS启动,掀起2014年、2015年风潮,这样创新是能够突破销售最根本的力量。

网络社交的出现,第一是企业社交化。企业社交化这个词蛮泛的,国内把自己称为SCRM的概念。在中国,所有社交化被网络化。很多时候是拉微信群,商业谈判逐步迁移到网上,CRM系统也会和网络对接。

社交化打通外部信息,信息不在企业内部,走到企业外部,再从外部回来。美国从2016年之后很多SaaS企业开始启动,大批量企业是社交化的。

企业组织开始外延。企业员工用其社交化网络,跟外部客户上下游伙伴一起结成真正的企业社会化。什么叫社会化?这些客户也好、合作伙伴也好,真正参与企业的运作,包括分销甚至客户会跟企业内部组织互动。

张星亮认为,CRM需要成为SCRM,社交企业可以做很多数据性公司,在其中实现销售管理、营销管

理。通过跟社交网络的连接,很多受众数据在企业内部,并且在企业内部进行“画像”。“画像”之后这些种子用户是可以反向投放到社交媒体里。

在张星亮看来,社交化的商业在中国崛起,可能成为中国SaaS创新的方向。在SaaS出来之前,在90后成为职场主力之前,很多管理软件是老板说今天把财务管起来,CRO采购一套财务软件,老板说把生产管起来再去采购一套ERP。往往是用于提高员工管理水平的。

一方面中国职场主力军是在发生变化,职场主力迁移到90后;另一方面是管理的变化,中国的产业从“中国制造”走向“中国创造”。“中国创造”时典型属于一个人才带着一帮人手干活,管理者能力非常重要。今天“中国创造”管理者变得不那么重要,重要的是解决员工的内驱力。

张星亮表示,真正的SaaS存在于共有云里。共有云除了有自身数据之外,数据可以交互。第二可以从社交领域得到客户持续购买,共有云SaaS有大数据的基础,这个大数据基础反向可以驱动销售行为的产生。

“互联网项目移植无用,创新为源。移植做得最好的是微信,微信做了创新,创新是根源。SaaS的创新根源一个是社交化的商业,另一个是智能化的平台。基于大数据才会有自主化的出现。”张星亮强调。