



高格 VE 产品白皮书

浙江高格软件股份有限公司

2010. 6. 1

本文档并不代表对供应商或其代理的承诺，浙江高格可在不作任何声明的情况下对本文档内容进行修改。

是浙江高格软件股份有限公司的商标。

本文档中提到的其它公司及其产品的商标所有权属于该商标的拥有者。

浙江高格软件股份有限公司

 中国·宁波市鄞县大道东段1229号鄞州商会大厦南楼11F

邮政编码：315000

电话：+86-574- 27726788

传真：+86-574- 27726668

网址：<http://www.anyv.com>

电子信箱：zhush@anyv.com

技术支持电子信箱：

欢迎您的任何建议和意见。

编辑组成员

总编：

主编：

编辑： 朱曙晖

校对：

审核：

目 录

第一章 文档作用和目标	1
1. 文档说明.....	1
2. 文档作用.....	1
3. 文档目标.....	1
4. 文档更新方式.....	1
第二章 产品研发模式	2
1. 产品概述.....	2
1.1 产品定位.....	2
1.2 产品现状.....	2
1.3 目标客户.....	2
2. 产品特点.....	2
3. 研发策略.....	3
4. 研发需求来源.....	3
5. 研发流程.....	3
第三章 产品销售模式	4
1. 销售原则：产品化销售.....	4
2. 高格 VE 销售模式.....	4
2.1 高格 VE 完整销售流程.....	5
2.2 高格 VE 与 VS 销售的不同点.....	6
2.3 渠道销售的支持.....	6
第四章 安装培训体系	8
1. 培训模式.....	8
2. 销售培训.....	8
3. 强化培训.....	9
4. 答疑、结项.....	9
第五章 客户服务	10
附录：VE 产品全部文档列表	11

第一章 文档作用和目标

1. 文档说明

高格 VE 产品是公司做大做强战略的重要组成部分，是高格产品线的重要组成部分，肩负着为公司打开低端企业管理软件市场的重任，也是高格首款渠道主推的产品，为了保证高格 VE 产品健康、有序的发展，保证各部门间紧密的合作关系而制定本文档。

2. 文档作用

高格 VE 产品的市场定位决定了 VE 产品不向客户提供个性化服务，产品研发、销售、服务、渠道必须有严密的体系和制度，定义各部门和代理商的在处理 VE 工作时的权责义务和工作内容，定义各项工作的责任方和推动者，界定人员和工作对应关系，将 VE 产品从研发到服务置于一个标准的流程化管理体系中，避免没有明确工作界定带来的思想不统一、策略不统一的问题，简化协调工作，优化资源配置。

3. 文档目标

各司其职、各负其责、和谐互助是高格软件一直的追求，明确的工作范围和工作目标是有效工作的基础，也是管理目标 S.M.A.R.T 化的制度工作，因此，制定一份 VE 产品从研发、销售、服务、渠道的完整工作指导性文件是必需的，统一工作流程，引导 VE 长期演进的方向，指导新老员工的具体工作。

4. 文档更新方式

本文档将定期根据市场环境、公司内部环境、产品成熟度等因素进行调整更新，由于涉及到公司组织方式和管理流程，任何变更都需要报公司领导层同意。

第二章 产品研发模式

1. 产品概述

1.1 产品定位

VE 产品针对低端市场，面向广大的小型工商企业，以“简单、快速、有效，帮助企业实现管理信息化”为理念设计，适合大多数、功能上够用、操作上方便、适度的灵活，以帮企业搞清钱物有多少、变化了多少为基本出发点，整合了小企业全业务流程中必需管理的部分，帮助企业一步步走向规划化、规模化。

VE 产品的销售主力是渠道商，直销只是培养人才和获取产品反馈的手段。

1.2 产品现状

高格 VE 产品是在高格标准 9.17 版的基础上，经过半年的开发和完善，推向市场的。高格 VE 中加入了更适合国内财务人员使用的新财务模块，保留了从进销存模块直接生成暂存凭证的功能。

1.3 目标客户

- 目标客户：中小工业企业、商业企业、个体工商户(批零兼营)
- 竞争产品：用友通、速达 3000、金蝶 KIS、管家婆辉煌版、新中大等
- 价格区间：产品最终销售价格在 1 万-3 万之间（非报价）
- 销售策略：主打渠道(分公司、代理商)，服务于总公司的营销策略；
- 实施策略：只卖产品，不保证上线，只做培训、数据导入；
- 用户拥有成本和满意度：操作简单、方便，易上手，功能稳定、够用，满足客户的通用需求，不改变客户当前的业务流程和人员配置，客户满意度比较高，能够为 VS、VP 累积客户。

2. 产品特点

- 基于成熟的平台开发，稳定性高；
- 满足小企业的实际工作需求；
- 提供 BOM 和简单生管，可适用于生产类企业；
- 可平滑升级到高格 VS、VP 版，一路陪伴企业发展壮大；
- 同价位产品，VE 功能最强大；

- 功能类似的产品，VE 价格较低；
- 渠道政策具更大的吸引力，带给渠道商更多的回报；

3. 研发策略

- 通用型软件开发模式，不提供个性化定制(实施时修改报表配置除外)
- 功能够用为原则，易用性为首要目标，便于渠道实施；
- 满足市场主流需求，跟踪先进管理思想，研发共性功能和特色功能

4. 研发需求来源

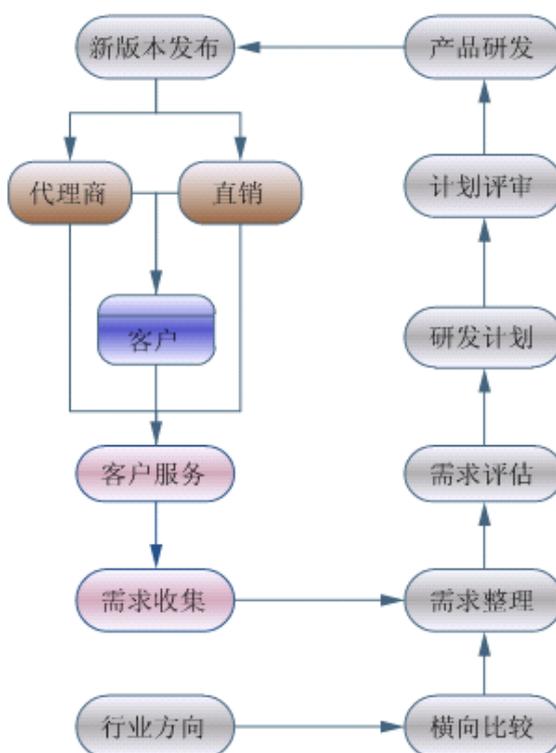
VE 研发内容主要来源于下面几个方面，除此之外，一般不予考虑：

- 已有功能的问题修正；
- 销售人员、客服等直接接触客户的人员反馈的客户需求，属于共性部分的；
- 产品部门修改产品功能规划造成的功能变动，需要研发的；（如竞争对手同档次软件已提供、功能不够强大或需进行易用性改进的、未满足市场新机会而预研的）

5. 研发流程

满足目标客户当前或未来管理需要，是 VE 产品研发的目标。研发过程是一个迭代过程，研发需求来源于两个方面：

- 1). 对客户反馈的收集；
- 2). 对行业发展把握，对照竞争产品提出研发需求；



第三章 产品销售模式

1. 销售原则：产品化销售

VE 是高格第一款以产品形式推向市场的软件，目标是适应大多数小企业的需要，因此 VE 不做定制开发，只卖套装产品，通俗的讲，就是 VE 只提供了这些功能，每个功能的实现也不能改变，这一点与 VS 的销售是不同的，任何额外的需求都需要引导到已有功能上，或者让客户分步骤信息化。

VE 产品销售时，客户的主要关注点必需弄清楚，确认 VE 能满足客户最关心的部分，销售人员可以在售后过程中，就客户关注点进行演示，当场解决客户问题，引导客户发散的思维，**让客户对产品的期待与 VE 本身一致。**

归纳起来就一句：**VE 是套装产品，不进行任何开发。**因此，不管是直销人员还是渠道商，必须要熟悉产品所提供的功能，能够将客户问题与 VE 解决此问题的功能进行对应。（修改报表和增加报表不算开发，可以协商收费服务）

VE 产品的销售和服务是紧密关联的，与 VS 不同的是，**VE 产品销售后，赠送 3 次免费上门机会**，以 VE 标准培训计划为蓝本，和客户讨论 3 次上门的时间点和工作内容，由客户主导培训进度，我方按约定计划执行，完成计划即收完款项，收款一般约定分两期，安装完成 50% 以上，其余部分培训结束。销售合同中对赠送的免费上门次数有明确的约定，目的是让客户重视培训机会，安排好参与培训员工的工作。

VE 产品的销售价格较低，因此培训次数必须严格控制，要想达到较好的一次性上线率，需要与客户密切沟通，保证上门的有效性、培训的有效性，基于成本考虑，**VE 原则上不保证每个客户上线，只把机会留给愿意积极推进的客户。**从产品角度来讲，不合作客户对产品改进也没有意义。

VE 的销售过程就是帮客户解决当前工作中存在的问题，针对的是当前主要问题和主要矛盾，而非全部问题，帮助客户解决最关系的部分。

2. 高格 VE 销售模式

高格 VE 销售包括直销和渠道销售，VE 直销的主要目的是验证产品、训练销售人员。

渠道销售是 VE 产品研发的初衷，是产业链共赢的基础。高格致力于营造一个健康发展的产业生态链系统，实现“共生、共赢”，做大、做强中国企业应用软件市场。高格以领先的产品质

量与技术水准为基石，构建高格联盟，大力发展合作伙伴生态链，与合作伙伴一起，共同营造 IT 行业发展环境，构造具有强大生命力的、实现相互依存共同发展的 IT 产业链，向客户提供更高层次的综合性的整体解决方案和集成化服务，追求最佳的客户满意度。

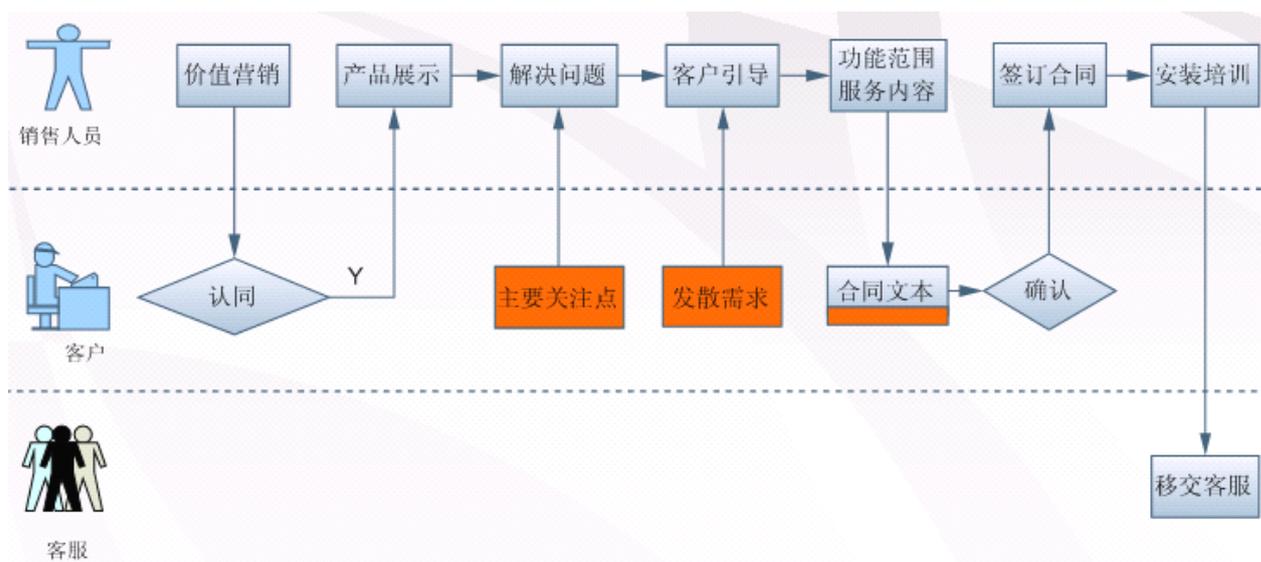


高格本着“平等互利、资源共享、合作双赢”的合作原则，将对联盟伙伴进行严格的资质认证，设定完善的评估体系和跟踪机制，确保联盟体系的专业水平和商业信用。

渠道合作保障	市场宣传支持
低折扣高利润	广告支持
知识转移保障	传播支持
市场活动支持	给予费用支持
项目推进支持	宣传资料配发
实施服务支持	宣传策划支持

2.1 高格 VE 完整销售流程

下图给出了高格 VE 产品完整的销售流程，囊括了销售的全过程，实际销售过程不包含全部步骤，也可能一次走完全部步骤。



2.2 高格 VE 与 VS 销售的不同点

VE 销售与 VS 销售有很大的不同，主要表现在以下几个方面：

- 销售时用产品实现客户主要诉求，而不是用语言；
- 客户额外需求必须要引导好，VE 不能满足的不承诺给客户；
- 需要销售人员进行 VE 安装和基本培训，确认好培训计划后移交给客服；
- VE 销售要求销售人员熟悉产品。
- VE 销售原则上不按‘安装’、‘数据导入’、‘培训’、‘验收’等节点方式订立合同条款，也不按此类节点进行收款。销售期即划定培训范围、次数、人数，并形成双方确认的计划，培训计划走完时款项收完。

2.3 渠道销售的支持

2.3.1 全面的客户管理平台，快捷的服务响应

- 高格网站主页设立合作伙伴专区，为渠道商倾力打造便捷的交流平台；
- 提供项目实施过程中的整套规范、指导类文档模板；
- 提供基于行业的实施解决方案及相关培训课件；
- 为了确保渠道用户可以在最短的时间内掌握项目的实施工作，高格通过网络在线服务、电子邮件、电话等方式，即时支持渠道成员在项目实施中出现的问题。

2.3.2 培训体系支持

- 健全的培训体系：在线培训和现场培训相结合，全面配合伙伴需求：课堂培训、教练

式实战培训、案例模型+实际操作

- 培训科目系统全面：营销类培训、产品类培训、售前类培训、实施服务类培训、项目管理类培训
- 伙伴能力建设辅导和素质拓展；
- 伙伴员工帮扶计划。
- 为合作伙伴提供专业的培训及考核认证；
- 伙伴顾问可参加高格高级实施顾问认证

2.3.3 项目推进支持

- 销售商机分配，帮助伙伴快速盈利、快速成长；
- 提供必要的营销工具、售前项目指导以及现场支持；
- 渠道商首个项目高格指定实施顾问进行跟进，保证代理商和最终用户的顺畅合作。

高格本着“平等互利、资源共享、合作双赢”的合作原则，将对联盟伙伴进行严格的资质认证，设定完善的评估体系和跟踪机制，确保联盟体系的专业水平和商业信用。

渠道合作保障	市场宣传支持
低折扣高利润	广告支持
知识转移保障	传播支持
市场活动支持	给予费用支持
项目推进支持	宣传资料配发
实施服务支持	宣传策划支持

第四章 安装培训体系

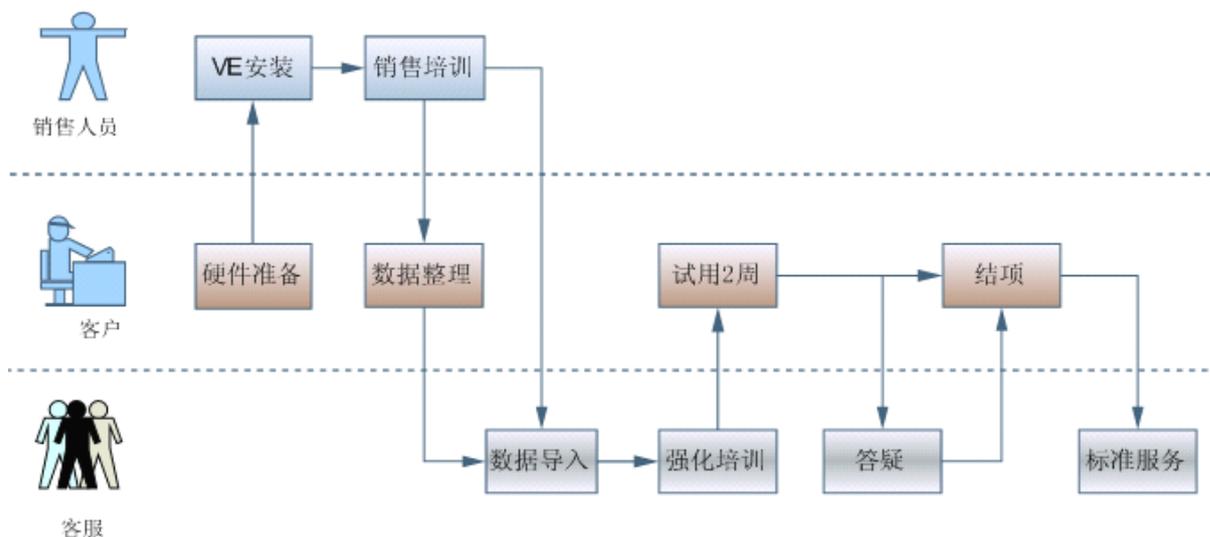
VE 产品原则上由销售人员在签订合同后,完成 VE 产品的安装、客户方人员及工作范围确认、基本操作流程讲解、基础数据录入培训、基础数据整理培训、完成 VE 培训计划的确认、讲解双方在培训期的具体分工等,至此,第一次上门服务完成,项目移交给客服人员,移交的资料包括:合同电子稿、客户人员信息(联系人及联系方式、软件操作人员及工作范围等)、客户软件安装配置信息(服务器和客户端 IP、用户名密码、数据库密码等)、客户主要关注点(重点培训内容)、双方签字的培训计划、工作单。

VE 产品赠送 3 次上门服务,每次上门都有标准的工作内容,参见标准培训计划文档。

1. 培训模式

VE 销售给客户后,上门安装培训分三次:

- 销售培训
- 强化培训(试用培训)
- 答疑(现场解决问题)、结项



图：VE 安装培训标准流程

2. 销售培训

销售合同签订后,由销售人员进行系统安装和销售培训,其中系统安装和销售培训可以合并到 1 次。

销售培训的主要内容:

- 客户方软件操作人员及工作范围确认（人员与功能对应关系）
- 业务基本流程讲解（岗位人员与如何使用软件）
- 基础数据录入培训（手工录入基础数据的方法）
- 基础数据整理培训（客户可选，按标准格式整理）
- 完成 VE 培训计划的确认（协商上门服务的时间点，建议，由客户决定）
- 讲解双方在培训期的具体分工（责任和义务，谁对进度负责）

销售培训后，客户开始基础数据录入或基础数据整理。

3. 强化培训

强化培训是基础数据导入/录入后，按照客户真实数据进行的实际业务处理的一次培训，本次培训后客户就将试运行，因此，本次培训非常重要，必须先了解各岗位的实际工作内容，有针对性的讲解，可以只培训最符合客户要求的作业流程，并非要将 VE 所有功能都做培训。

基于强化培训的重要性，双方在培训时间内不能从事其他任何工作。在上门前必须再次确认这一点，否则谁违反谁承担。

强化培训完成客户开始软件试运行，客服提供在线或电话支持。

4. 答疑、结项

试运行结束时，根据客户方操作人员掌握程度，可提供一次上门答疑服务，解答操作人员的疑问，加深对业务的理解。

答疑完成后，客户方支付完余款，客服部门向客户发放用户许可号，项目结束，在标准服务期内提供标准的客户服务。

第五章 客户服务

服务是保障客户持续使用的重要手段，也是对渠道商最好的支持，VE 的客户服务不仅面向最终客户，也需要向渠道商提供贴心的支持。

