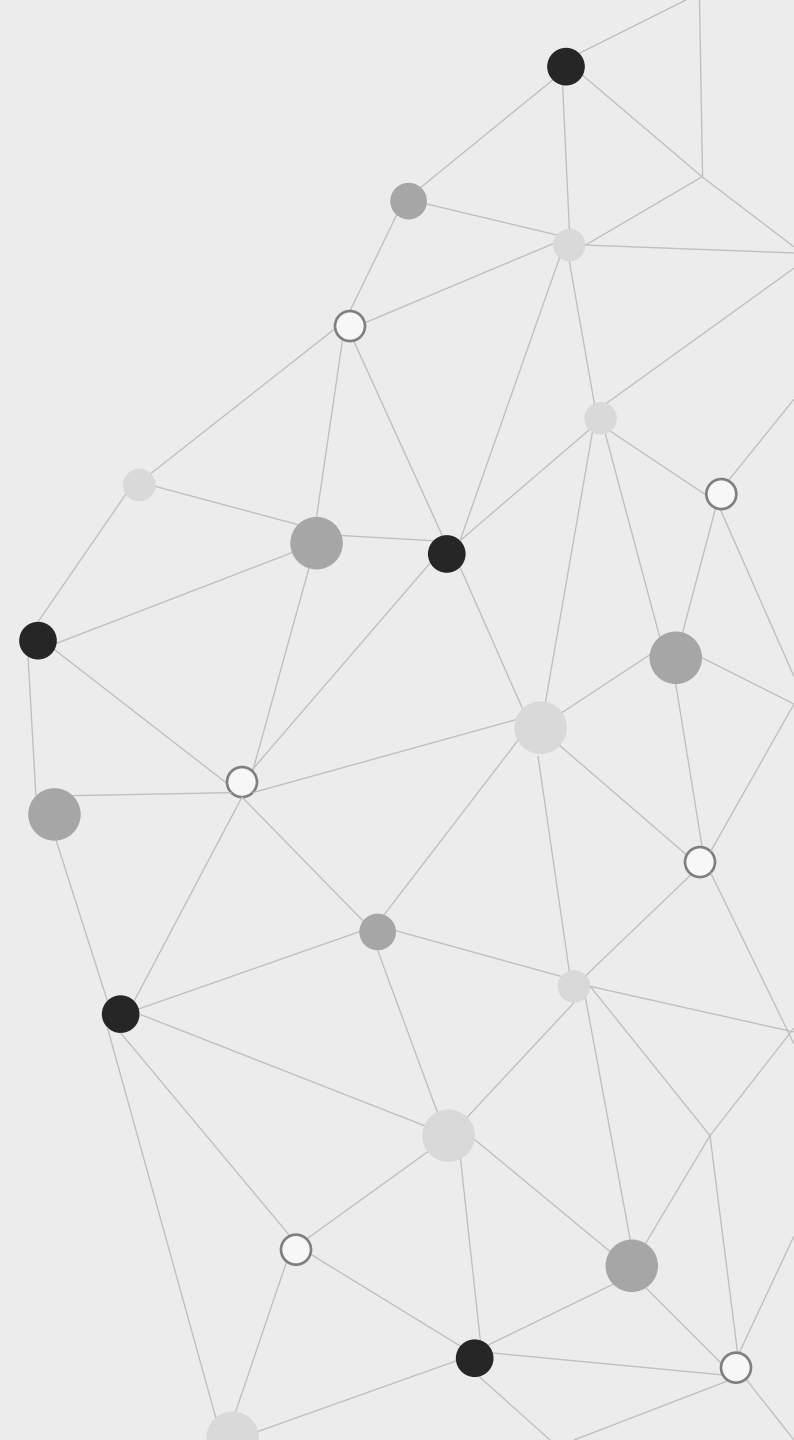




# 2017

## 企业级云产品的营销创新

网易企业服务 王东

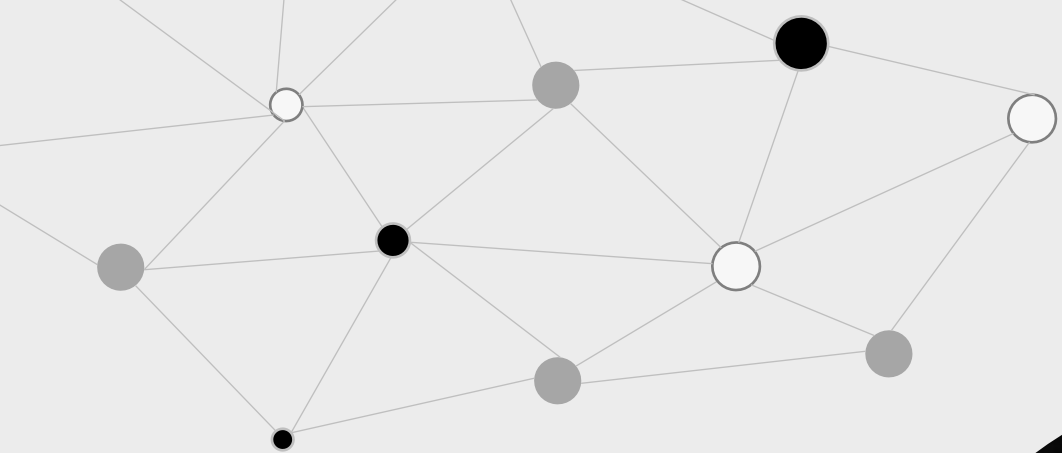


# 目录

NO.1 企业云产品的困局

NO.3 企业云产品的营销创新

NO.2 企业云产品的定位



续费难

发展难



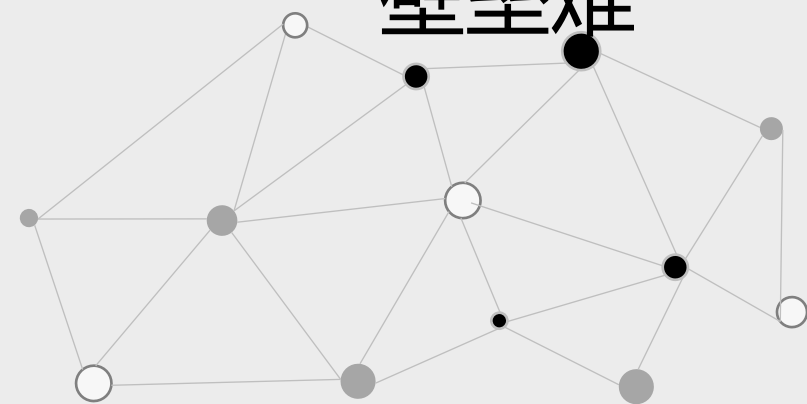
# 企业云产品的困局



服务难

收费难

壁垒难





## 一个艰难的时刻

- 产品价值是什么？
- 营销模式不清晰
- 盲目追求资本化
- 倾听尊重客户

# 企业云产品的定位



## 产品价值

- 能解决企业哪方面的问题
- 对于企业的影响有多大
- 解决问题给企业带来的效益
- 解决问题企业所需要付出的成本和代价

- 没有一个产品会被所有企业所接受
- 寻求共性，形成自己精确的客户定位
- 产品前期更需要聚焦客户的行业或者特性



## 用户定位

- 你的用户到底是谁
- 企业，企业IT、企业的员工，企业的客户、企业的供应商
- 你所取悦的对象就是你的用户
- 不要把企业的员工以为是你的用户

- 你擅长什么
- 直销的路远比想象的要难
- 重视你的渠道，以弥补你的缺陷
- 中国企业的采购行为是极度复杂



## 营销定位

- 免费不是王道，不会在企业讨喜
- 价格取决于你所能给企业带来的价值，而不是你的概念或者故事
- 不要过早的平台化



## 营销策略

- 获取客户的途径越来越多
- 精确定位传播跟踪  
( 网易企业邮箱推广平台 )

- 数据驱动每一个决策
- 数据监控
- 拥有专门的数据分析人员



- 企业对服务的需求强烈
- 用各种手段接触客户，及时  
高效处理客户的需求
- 加强客户关怀

- 增值服务的流程关键
- 通过一定期限的免费来培养  
用户习惯

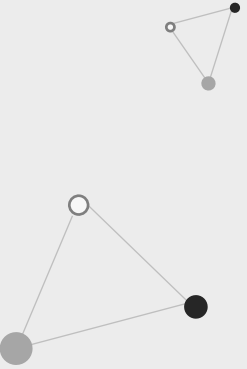


## 开放

和优秀的企业产品进行合作

网易企业邮箱的组织架构是开放的，面向终端企业及产品合作伙伴，我们都愿意提供组织架构和帐号同步。以客户需求为目的，去解决客户使用的各种产品直接的兼容、协同，才能不断提高客户满意度和粘性。





谢谢!

