



HENRY SCHEIN®

B2B电商

汉瑞祥企业数字化转型的有力注脚

TMC Group  
探 谋 网 络 科 技

## 背景

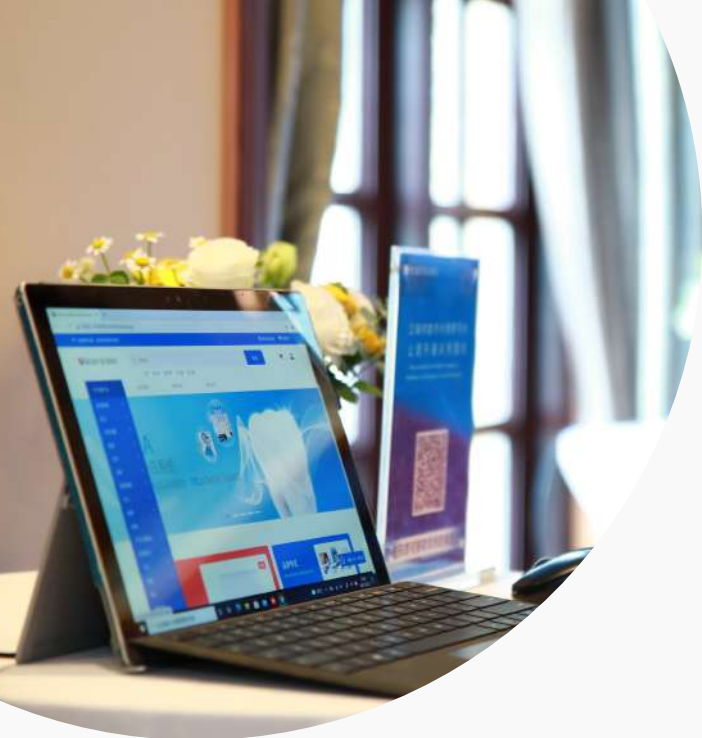
牙科巨头——汉瑞祥股份有限公司 (Henry Schein) (NASDAQ) 成立于 1932 年，是一家总部位于美国，以诊所为主的口腔医疗、动物健康的医疗保健产品和服务提供商，也是全球最大的牙科设备和用品分销商。历经近 90 年的快速发展，业务遍及全球 34 个国家或地区，Henry Schein 在福布斯“2019 年和 2020 年全球最值得尊重企业”排行榜中名列榜首。

## 挑战

后疫情时代，深受社交距离等防疫措施的影响，历来以线下展会研讨会和销售通勤为主的 B2B 业务，纷纷转场线上。同时，大量迅速崛起的垂直 B2B 电商平台，不管是价格的竞争还是对消费者习惯的把握，都对传统 B2B 企业带来了不小的挑战与冲击。和很多 B2B 企业一样，汉瑞祥也面对着相同的挑战，再加上长期以来，公司销售需要应付大量零散的需求，人工订单流程和纸质票据所带来的错误率和繁琐，抑制了销售效率。

## 该如何 ...

- + 积极拥抱数字化变革，利用新机遇应对变化，为品牌建立更多重要的数字化沟通平台？
- + 突破单纯的线下 B2B 交易模式，扩展在线销售渠道，并将供销数据与企业内部的流程打通？
- + 通过数据深化对供应链与客户的洞察，带动企业在采购、制造、设计、营销等各个环节的数字化转型与升级，加快培育新业态、新模式？
- + 打造一个现代顺畅的数字化用户体验和自动化流程，逐渐打消数字化对企业内部员工和外部客户的顾虑和培养习惯，从线下到线上的无缝过渡？
- + 更好维护 B2B 客户个性化需求，支持复杂的价格体系和采购审核，多样化支付和履行流程？
- + 在商品体系缺乏数字化管理的基础上快速打造起数字化商品目录？

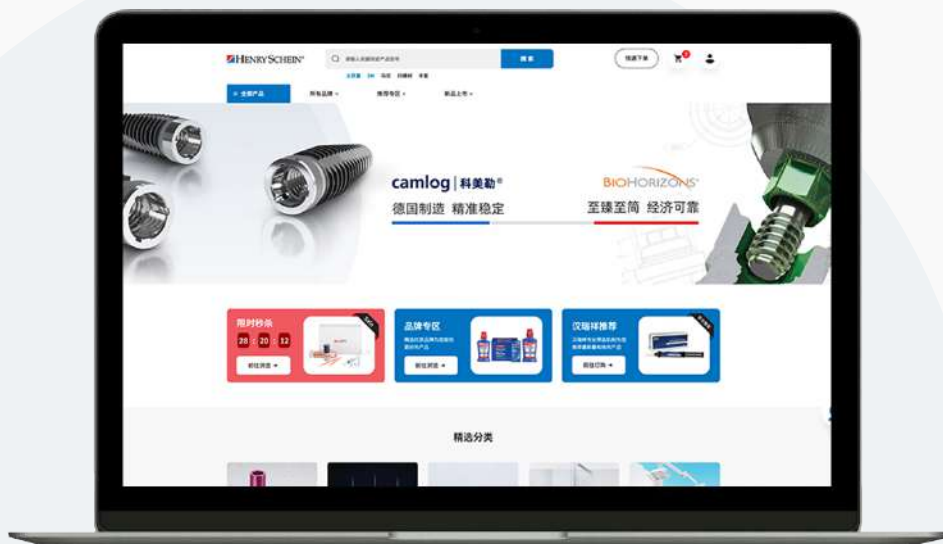


## 方案

汉瑞祥有着强烈的企业数字化转型的需求：希望开发 B2B 电商平台，结合公司现有 ERP 作为起点，梳理和重塑企业业务模式和内部流程，将运营和服务水平再上一个新台阶，为公司创造出全新的数字化价值。

TMO group 为汉瑞祥就中国和亚洲区域 B2B 电商给出了综合建议和规划，旨在搭建一个数字化驱动的，连接支撑内部数字化运营的 B2B 电商平台，它帮助客户利用技术和专业知识来帮助各个分公司优化运营，并更好地服务终端客户。

汉瑞祥作为一家跨国企业，亚洲区是一个整体，但区域间各国家却独立运营的需求使得它更需要一个国际化的电商体系，一方面能对核心架构等 IT 部署进行中心化开发管理和维护，同时又能兼顾实现各区域本地化的实施和运营。汉瑞祥最终选择了 Adobe - Magento Commerce 作为亚洲区的电商框架。看 TMO 如何借助 Abode -Magento Commerce 的多国家、多语言、可分可合的系统架构，以及丰富的针对 B2B 行业的功能特性，助推汉瑞祥 B2B 电商业务优化。



桌面端



微信 MP



## 成果

### 数字化转型 Workshop

在持续的头脑风暴中，TMO 与客户不同国家的各个部门进行了沟通交流，通过细致分析和梳理内部流程，帮助客户评估现有组织架构的数字化成熟度，定义运营中的问题和挑战，广泛收集各个层级的需求，确定数字技术可能创造的机会，并和客户共同制定可实现、可持续的 B2B 电商模式和策略。

### 亚洲区域 B2B 电商框架

从每个市场收集的共同需求，TMO 将它们定义为一个中央电子商务系统，贯穿 UI 和工作流程、核心平台功能，并组成中国 / 东南亚两大区域电商主题。在此基础上，定义和开发每个国家 / 地区的本地化功能和定制化功能，如截然不同的支付方式，法律合规，社交媒体集成。

借助 Adobe Commerce, TMO 以模块化和分装的方式进行电商系统的统一开发、维护，以达到最高效降本 IT 管理模式，并且提供中国和泰国本地化的项目实施支持，来确保来自不同地区团队的每一个细微要求不会被忽略，达到本地化与国际化完美融合。



## 25 万 SKU 的数字化产品目录

平台预计将支持超过 250,000 SKU 的通用目录和个性化目录来满足 B2B 大客户与 B2b 客户的要求。

客户旨在打造一个完整的数字化商品体系，医药行业的商品架构复杂度很高，SKU 数量大，参数复杂，我们协助客户分阶段逐步实现。作为 B2B 电子商务第一步的数字化商品目录，专注于在产品导航、过滤、搜索方面建立良好的用户体验，为用户提供完整的产品供应、丰富的产品和品牌信息，帮助用户高效选品。

此外，业务逻辑也被考虑进来，根据客户的种类，资质不同等，系统可以生成 B2B 个性化目录。

在未来，这个商品体系还会纳入用户营销策略，和增进企业远期业务增长的需求。

### “千人千价”的多维度价格体系

B2B 的价格时常会受市场行情如原材料价格的升降而调整，也需要针对不同客户群有相应的定价策略。汉瑞祥拥有一个灵活的，多维度价格管理引擎：可以根据采购量、合作关系的紧密程度进行量化，将客户等级标准化作为计算价进行处理，以统一增减具体金额或以百分比进行调整，也可以为企业级 B2B 客户专属定价，对合同价 / 历史价格进行维护和展示。

## 多人决策 / 多账户采购场景

B2B 大多的采购是在多人决策的架构下达成。汉瑞祥需要为企业级 B2B 客户提供不同层级的多账户体系，以区分采购，经理和医师等不同角色，在企业注册，采购，支付过程中增加更为灵活而个性化的审批和采购流程以满足这种 B2B 采购特性。

## 塑造 B2B 数字化体验

通过全面的市场竞争格局调研分析，打造差异化品牌定位，塑造全新 B2B 数字化客户体验。将便利性作为提升用户数字体验的首要考虑，以主流 B2C 在线购买工作流程为基础，提供从网站到小程序跨渠道的一致用户旅程，客户可以选择邮件，手机，微信 / Line 便捷登录，叠加深度 B2B 采购特色功能，如数字化议价流程，快捷复购，采购单等来提升整体电子商务运营和销售转化率。

## 符合多种场景的 B2B 支付方式

为用户提供更多个性化的 B2B 支付选项，从中国和东南亚主流的多种线上支付方式、线下转账和采购单到每个企业的信用额度来满足用户的支付习惯。

## 业务流程自动化

集成后端 ERP 系统以实现自动处理订单履行，财务信息、库存、票据数字化使得一系列业务流程得到了简化与优化，流程中每一环节的时效性也可以被实时的评估。

## 建立企业数据资产

B2B 电子商务平台实现了线上沟通、浏览，下单、在线支付、历史订单，物流以及售后等系列流程，在和用户的交互中收集相关数据及反馈，这些触点在不同渠道得到更多延展，真正建立起属于汉瑞祥的数据资产，从这些直接的反馈中学习如何满足客户期望的新体验，同时审视内部运营效率。

## 运营支持

帮助客户提炼数字化带给相关用户（客户，合作伙伴和与员工）的益处，策划短视频等营销内容对其 B 端用户的习惯和观念进行数字概念的灌输。







## 未来

将一个市场的成功复刻并拓展至另一个地区，另一个市场，到国际化扩张。TMO 将持续协助汉瑞祥探索并采用新的数字商务模式来满足新的和不断变化的市场需求。

## 客户说

“

通过实施 B2B 电商项目，我们已经完成了在商品、销售、库存和供应链这些业务单元级的数字化，并串联起它们形成整个流程的数字化。之后我们将引入企划，设计、渠道以及外部的数据，去构建汉瑞祥网络级和生态级的数字化。

”

————— 汉瑞祥项目总负责人 Gary He 先生

“

我觉得这个项目最大的成果是在企业管理上的改变，包括工作执行优化及效率提升、跨部门协同标准化和人才培养机制完善等。

”

————— 汉瑞祥和茂分公司总经理 Sterling Chen 先生



[www.linkedin.com/  
company/tmo-group](http://www.linkedin.com/company/tmo-group)



扫描二维码  
关注微信公众号



搜索知乎号  
探谋网络科技

## TMO Group | 探谋网络科技（上海）有限公司

上海市普陀区光复西路 1107 号苏河汇 302 室  
(+86) 021-61700396

[www.tmogroup.asia](http://www.tmogroup.asia) | [www.tmogroup.com.cn](http://www.tmogroup.com.cn)  
[info@tmogroup.asia](mailto:info@tmogroup.asia)