



AMD

社交学习管理系统加速销售流程

概述

业务需要

AMD 需要快速开发一种方法来培训、武装和支持其全球销售团队，为他们提供所需的信息、专家支持和洞察，使他们能够以最经济、资源效益最高的方式开展工作。

解决方案

AMD 实施了我们的社交学习管理系统 IBM® Kenexa® LMS 云端解决方案，它是属于 SalesEdge 程序的一部分。

收益

- 销售人员搜索内容的时间从 8.5 小时/周降低至 5.5 小时/周
- 比第一年的 60% 总体培训完成率目标超出 5%
- 76% 的销售人员表示，培训知识帮助他们提高了工作效率

AMD (NYSE: AMD) 是一家半导体设计创新公司，其开创性的 AMD 加速处理单元 (APU) 广泛应用于计算设备，它引领新一代的生动数字体验。AMD 的服务器计算产品专注于推进行业领先的云计算和虚拟化环境发展。AMD 出众的图形技术应用于各种解决方案，涉及范围包括游戏机、PC 和超级计算机。公司网站：www.amd.com。

计算行业的技术进步日新月异。公司必须不断更新现有的技术，发布创新产品，才能不落后于竞争对手，为最终用户提供更快捷更有效的工作方式。

每一天，AMD 的技术都在影响着无数使用计算机和笔记本电脑的用户。

2011 年对于 AMD 来说是异常繁忙的一年，这一年 AMD 向竞争激烈的市场推出了一系列业务关键型新产品。随着世界首个加速处理单元 (APU) 的发布，AMD 开启了生动计算新纪元。世界 12 大笔记本制造商中有 11 家使用 AMD 的新 APU，APU 发货量已超过 3000 万，成为 AMD 史上发展最快的产品。宏基、华硕、戴尔、惠普、联想、三星和东芝均使用该技术。

此外，AMD 还推出了最快的单个图形处理单元 (GPU)、供移动设备和笔记本使用的低功率平台，以及两种处理器 - 旨在以高能效方式支持高度虚拟化的工作负载。



解决方案组件：

- IBM® Kenexa® LMS 云端解决方案
-

挑战：武装销售人员

为促进推出众多业务关键型产品，AMD 需要快速制定一种方法来培训、武装和支持其全球销售团队，为他们提供所需的信息、专家支持和洞察，使他们能够有效开展工作。这种方法也需尽可能做到成本效益和资源效益最高。

AMD 成立了一个销售支持团队，任命其为全球销售人员提供新产品培训。它考察并雇佣了团队成员，开发了用以支持培训和沟通方案的基础架构。

“AMD 的销售团队无奈之下变得低效，浪费了本该用在潜在客户身上的时间，因为我们缺少集中式在线基础架构，让他们可以获得最新的培训、营销资产和销售工具，与专家和同事开展协作，”AMD Customer Group University 的全球销售支持经理 David Stachura 说：“构建一个位置让销售人员可以随时轻松访问所有信息是我们的重中之重。”在 AMD 销售支持团队构建基础架构时，发现存在四项具体挑战：

- AMD 的销售人员在准备与客户见面时，花费过多的时间用于搜索公司产品、程序和竞争情报方面的信息上。AMD 没有一个存储销售团队所需各种信息的集中位置 - 不得不使用 39 个包含相关内容且相互独立的内部网站。
- 由于 AMD 缺少集中位置存储销售内容，公司无法确定什么信息被使用，也无法收集关于什么信息最有用或需要增添什么信息的反馈。
- 团队的沟通流程完全被分解。而销售人员直接获得的少数信息通常也是混乱不清，甚至自相矛盾。
- 不同产品线的产品培训流程并不一致，培训内容缺乏可靠性和规划。没有流程可以在全球整个企业内按规模提供培训。

AMD 调查其销售团队目前的学习方案后发现，通过团队之间的协作、同事之间的对话与会议、各种销售工具、网络和正规培训，学习效果最好。因此，AMD 需要改变交付培训的方式，并要找到相应的支持系统。

对挑战进行一番分析后，AMD 销售支持团队决定发起 AMD Customer Group University (CGU) 这个强大的支持项目。作为该项目的扩展，CGU 团队建立并维护一个 SalesEdge 在线位置，用于 CGU 培训项目交付、AMD 销售展示、营销情报和竞争情报以及获取专家和同行知识与洞察。此外，该团队开展了交付产品培训，以提高 AMD 各产品线销售人员的竞争力。该团队使用新的 CGU 项目规划方法进行产品培训，这种方法将关键业务部门、营销和销售相关人员的输入信息整合在一起。

该团队还力图增加客户联系，制定关于 CGU 项目的实时指标。这将使 AMD 高管可以做出由数据驱动的睿智决策。

AMD 为 CGU 第一年确定了多个运营目标和基于指标的目标。面临的挑战包括：

- 使搜索产品培训、销售/营销内容和与产品相关问题答案的时间至少减少 10 分钟/周。
- 将沟通内容整合和制作为规定的统一格式。
- 针对各 AMD 产品线推出详细的季度课程，支持每一次的新品发布。
- 总体培训完成率达到 60%。
- 为所有 CGU 活动制定书面程序和流程。

解决方案：通过社交途径培训员工

AMD 选择使用 IBM Kenexa LMS 云端解决方案协助 CGU 为销售团队创造学习机会。我们的社交 LMS 是强大的可配置解决方案，它将社交网络连接、协作和知识共享功能以及交互元素集成起来，让用户可以评定学习内容，分享个人体验。

“IBM Kenexa LMS 云端解决方案是唯一完全满足我们需求 - 集成一流培训管理和强大的内容管理 - 的平台，它将社交协作工具整合放到一处，” Stachura 说。

为减少销售人员搜索正确内容所需的时间，CGU 需要一个系统将公司内部 39 个现有产品营销和销售网站中的信息整合起来。因此，该团队设计了一个特殊的内部网，为销售员工提供快速访问。信息浓缩为 6 页内容（以约 4 个现有产品线为基础），呈现扁平式导航结构。

SalesEdge 还包含了社交 LMS，社交 LMS 用作在线培训项目的唯一位置。重新配置社交 LMS 以更好地支持多个 CGU 项目追踪，提供更详细的度量指标。

我们的社交 LMS 也包含管理、记录、追踪、报告和交付内容与课程的学习管理功能，可以支持课堂、在线、移动和社交学习。此外，该解决方案将正规学习和社交学习整合为统一的社交学习管理系统，其中包括网络连接、协作和共享功能以及允许用户评定内容和分析个人体验的交互元素，以此确保用户将持续学习。

结果：通过社交 LMS 加速取得成功

AMD 推出 SalesEdge 后，公司主管认为该项目取得了快速成功。

方案的迫切需要是创建一个项目，使搜索产品培训、销售相关内容和与产品相关问题答案的时间至少减少 10 分钟/周。以往调查显示，销售员工过去每周使用 8.5 小时进行内容搜索。现在，销售人员平均每周在 SalesEdge 上花费 5.5 小时。随着时间的推移，这为公司节约了珍贵的资源，让销售员工可以花费更多的时间与客户进行面对面的沟通。

AMD 也超出了总体培训完成率 60% 的目标。第一年后，培训完成率超过 65%。

“度量指标和分析对于我们的成功至关重要，” Stachura 说：“IBM Kenexa 的社交 LMS 解决方案让 AMD 不仅可以追踪培训情况，而且可以更深入地了解营销队伍、团队使用的销售工具和销售人员的评价、遇到的问题以及搜索的内容…基本上全面把握销售人员的所作所为及其认为有用的内容。添加社交协作度量指标后，我们也可以衡量用户敬业度。这种功能确保我们可以快速响应销售需要，专注于行业内最关键的内容。这是我们的竞争优势。”

为确定使用社交 LMS 的有效性，AMD 开展了销售人员调查。调查显示，76% 的销售人员表示，培训期间使用 SalesEdge 所学的知识帮助自己成为更高效的销售人员。近 80% 的用户满意该程序的总体效果。

更多信息

了解如何打造智慧团队，请致电：

IBM 大中华区智慧团队解决方案团队：+86-10-82456089

或访问：ibm.com/social-business



© Copyright IBM Corporation 2014

IBM Corporation
Software Group
Route 100
Somers, NY 10589

美国印刷
2014年1月

IBM、IBM 徽标和 ibm.com 是 International Business Machines Corporation 在美国和/或其他国家或地区的商标。如果这些商标及其他 IBM 商标术语在本资料中第一次出现时带有商标符号（®或™），这些符号表明在本出版物出版时，由 IBM 拥有的美国注册商标或普通法商标。此类商标还可能是其他国家或地区的注册商标或普通法商标。Web 地址 ibm.com/legal/copytrade.shtml 的“Copyright and trademark”部分提供了 IBM 商标的最新列表

本文档中的内容（包括不含适用税款的货币或定价参考）在本信息首次发布之日是最新的，IBM 可随时对其进行更改。并非 IBM 开展业务的每个国家或地区均提供所有产品。

此处讨论的数据是在特定运行条件下产生的。实际结果可能有所不同。本文档内的信息“按现状”提供，不附有任何种类（无论是明示的还是暗含的）的保证，包括适销性、适用于特定目的和非侵权的保证或条件。IBM 产品根据其所属协议的条款和条件获得保证。



请回收利用