



钉钉 COO 库伟：建立大客户发展服务体系，核心在合作和开放



3月22日，阿里巴巴集团副总裁、钉钉 COO 库伟在 2022 钉钉发布会“科技向实”论坛上表示，大客户需要更多稳定可靠的、安全的、定制化的服务，为了更好地服务大客户，钉钉会建立一套大客户发展服务体系，这套体系的核心在于合作和开放。

库伟认为，要加强与行业头部战略企业的合作，要做深做厚，要做广做宽；要加强与行业资深伙伴的共创共建；要与大型咨询公司、集成商、运营商进行深度融合；一方面要提高平台底座对伙伴和客户的开放，同时提高产品功能对外连接的能力。

从规模战略转向做深价值，从通用走向行业化，从中小企业扩展到大客户，钉钉的商业化策略正在提速。在 2022 钉钉发布会上，钉钉首次正式提出商业化，并公布了钉钉商业产品矩阵。

日前出任钉钉 COO 的库伟，则主要负责推动钉钉商业化进程，及大客户战略。



(阿里巴巴副总裁、钉钉 COO 库伟)

以下为阿里巴巴副总裁、钉钉 COO 库伟在 2022 钉钉发布会“科技向实”论坛上的演讲全文：

钉钉已经为 1900 万组织，5 亿用户提供了一站式的数字化生产力工具，从中小微企业到大型企业都用上了钉钉。大型企业需要更多定制化、更安全、有商业合同保障的服务，为了更好地服务大型企业，我们要建立了一套专门的大客户发展服务体系。

建立这个体系的核心是两个关键词：合作和开放

先说说合作：

首先，与各行各业的头部大企业合作，钉钉成立了战略客户部，内部代号 A1000。希望与大客户 CIO 部门及专门的数字化公司深度共创和捆绑，打造专属的企业钉，进而深度服务每一个大客户，比如我们跟一汽启明合作，联合打造具有中国一汽特色的钉钉产品和方案，共同服务了中国一汽旗下的一汽红旗、一汽解放、一汽大众等多个集团，并计划输出专属的企业钉给上下游合作伙伴。

其次，与各行各业有深度行业 Knowhow 公司及服务商去合作，钉钉成立了行业客户部，与伙伴一起深耕行业、打造专属的行业钉产品，通过他们更好地服务细分行业的广大客户。比如，钉钉跟酷渲联合打造了面向连锁门店业的门店通产品，钉钉与这些伙伴携手一道，共同拓展市场、服务客户。

最后，要与大型咨询公司、集成商及运营商合作，把钉钉被集成到他们的解决方案当中，成为其中的一部分，共同打造专属的伙伴钉。比如，钉钉跟埃森哲联合打造了员工体验解决方案，让国际上流行的几大人力资源产品在钉钉上有更顺滑的体验；同时，我们也正在跟中国电信联合打造

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_39717

