

กลุ่มธุรกิจเอ็นเตอร์ไพรส์ของหัวเว่ย ประกาศ 4 มาตรการ มุ่งสร้างความสำเร็จร่วมกับคู่ค้าในระบบ นิเวศทั่วโลก

ในงานประชุม Industrial Digital Transformation Conference 2020 ซึ่งมีการถ่ายทอดสดทั่วโลก กลุ่มธุรกิจเอ็นเตอร์ไพรส์ของหัวเว่ย (Huawei Enterprise BG) ประกาศยุทธศาสตร์การพัฒนาร่วมกับคู่ค้าภายใต้ชื่อ “Profitability, Simplicity, Enablement, and Ecosystem” ด้วยยุทธศาสตร์นี้ กลุ่มธุรกิจเอ็นเตอร์ไพรส์ของหัวเว่ย จะร่วมมือกับคู่ค้าทั่วโลกเพื่อสร้างประโยชน์ร่วมกัน

ในงานดังกล่าว Frank Shen Surong รองประธานฝ่ายคู่ค้าและพันธมิตร (Partners & Alliances) ระบุว่าในปี 2020 นี้ ระบบนิเวศคู่ค้าของทางกลุ่มธุรกิจเอ็นเตอร์ไพรส์ จะประกอบด้วยคู่ค้า 7 ประเภท ได้แก่ คู่ค้าด้านการขาย คู่ค้าด้านโซลูชัน คู่ค้าด้านบริการ คู่ค้าด้านการลงทุน ปฏิบัติการและการเงิน คู่ค้าด้านการเพิ่มพูนบุคลากร คู่ค้าด้านสังคม และคู่ค้าด้านอุตสาหกรรม ด้วยคู่ค้าทั้ง 7 ประเภทนี้ กลุ่มธุรกิจเอ็นเตอร์ไพรส์ของหัวเว่ย จะพัฒนาระบบนิเวศของบริษัทด้วยการเพิ่มการสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ต่อไปนี้

การสร้างกำไร

เมื่อปี 2019 กลุ่มธุรกิจเอ็นเตอร์ไพรส์ของหัวเว่ย ได้ยกเลิกการกำหนดขั้นต่ำของค่าตอบแทนการขาย (sales rebate) ทำให้คู่ค้าได้รับค่าตอบแทนจากรายได้ทุกเหรียญ และในปี 2020 นี้ กลุ่มธุรกิจเอ็นเตอร์ไพรส์ของหัวเว่ย จะยังคงรักษาเสถียรภาพของกรอบการทำงานเกี่ยวกับการสร้างแรงจูงใจคู่ค้า และขยายขอบเขตผลิตภัณฑ์ที่มีการสร้างแรงจูงใจคู่ค้าให้ครอบคลุมถึงซอฟต์แวร์แบบสแตนด์อโลนด้วย นอกจากนี้ ยังจะมีการสร้างแรงจูงใจแบบพิเศษที่หลากหลาย อย่างเช่น ค่าตอบแทนตามสมรรถภาพ และโครงการสร้างแรงจูงใจธุรกิจ (Business Incentive Program หรือ BIP) เพื่อกระตุ้นให้คู่ค้าตั้งเป้าหมายที่ทะเยอทะยานยิ่งขึ้น

ความเรียบง่าย

ที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจเอ็นเตอร์ไพรส์ของหัวเว่ย พยายามทำให้นโยบายและการดำเนินการตามกระบวนการต่าง ๆ มีความเรียบง่ายอย่างต่อเนื่อง ในปัจจุบัน นโยบายคู่ค้าไม่เพียงแต่ง่ายต่อการจดจำและทำความเข้าใจ แต่ยังดำเนินการได้ง่ายดายยิ่งขึ้นอีกด้วย ซึ่งช่วยให้การร่วมมือกันระหว่างหัวเว่ยกับคู่ค้าเป็นไปอย่างสะดวกมากขึ้น และในปี 2020 กลุ่มธุรกิจเอ็นเตอร์ไพรส์ของหัวเว่ย จะเผยแพร่รายชื่อผลิตภัณฑ์ที่คู่ค้าจะได้รับค่าตอบแทนการขาย เพื่อยก ระดับความโปร่งใสของนโยบาย และทำให้สิทธิในการได้รับผลตอบแทนจูงใจมีความชัดเจนมากขึ้น นอกจากนี้ ยังจะ

ให้คู่ค้าสมัครและรับทุนเพื่อการพัฒนาตลาด (Marketing Development Fund หรือ MDF) ได้เอง เพื่อเร่งการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด และทำให้คู่ค้าเห็นกระบวนการทางธุรกิจทั้งหมดของกลุ่มธุรกิจเอ็นเตอร์ไพรส์ การสนับสนุนคู่ค้า

ในปีนี้ หัวเว่ยจะออกเอกสารรับรองที่เรียกว่า Huawei Certified Pre-sales Professional (HCPP) สำหรับผลิตภัณฑ์ทรัพย์สินทางปัญญาและผลิตภัณฑ์พื้นที่จัดเก็บ เพื่อช่วยให้คู่ค้าได้รับความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง และเรียนรู้ทักษะที่จำเป็นในการจัดการกับการแลกเปลี่ยนเชิงเทคนิคกับลูกค้า การออกแบบโซลูชันตามรูปแบบการใช้งาน และการทดสอบระบบสาธิต (Proof of Concept หรือ PoC) นอกจากนี้ กลุ่มธุรกิจเอ็นเตอร์ไพรส์ของหัวเว่ย ยังได้ขยายการให้ทุนเพื่อการพัฒนาตลาด (Marketing Development Fund หรือ MDF) และทุนการตลาดร่วม (Joint Marketing Fund หรือ JMF) เพื่อให้การสนับสนุนคู่ค้าระดับโลก คู่ค้าด้านโซลูชัน และคู่ค้าผู้ให้บริการโทรคมนาคมในการพัฒนาธุรกิจของคู่ค้า โดยคู่ค้าจะได้ประโยชน์จากการเพิ่มศักยภาพในการรับมือกับความท้าทายที่มาพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล

ระบบนิเวศ

หัวเว่ยได้ตั้งกองทุนแรงจูงใจเพื่อการพัฒนาสถาบันไอซีทีของหัวเว่ย (Huawei ICT Academy Development Incentive Fund หรือ ADIF) สำหรับปี 2020 เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาสถาบันไอซีทีของหัวเว่ย (Huawei ICT Academy) ตลอดจนส่งเสริมการฝึกอบรมและปฏิบัติการของสถาบัน และสร้างแรงจูงใจให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมไม่ว่าประกาศนียบัตรต่าง ๆ ของหัวเว่ย ในขณะเดียวกัน กองทุน ADIF ยังจะเพิ่มการตระหนักรู้ในแบรนด์ Huawei ICT Academy ส่งเสริมความร่วมมือกับชุมชนการศึกษา และพัฒนาบุคลากรผู้มีความสามารถเฉพาะทางสำหรับหัวเว่ยเอง เนื่องจากความสามารถของบุคลากรและแบรนด์ Academy ได้กลายเป็นจุดแข็งของบริษัท และในอนาคต หัวเว่ยจะดึงดูดคู่ค้าในระบบนิเวศผ่านชุดนโยบายที่อำนวยความสะดวกแก่คู่ค้า ตั้งแต่การร่วมพัฒนาโซลูชัน กองทุนด้านการตลาด และกองทุนสร้างแรงจูงใจคู่ค้าระดับโลก (Global Partner Incentive Fund หรือ GPIF) ไปจนถึงการยกระดับความพึงพอใจในการให้บริการ และขยายทุนเพื่อการพัฒนาตลาดให้แก่คู่ค้าจำนวนมากขึ้น

นับจนถึงปลายปี 2019 หัวเว่ยมีคู่ค้าด้านการขายกว่า 22,000 ราย คู่ค้าด้านโซลูชันกว่า 1,200 ราย คู่ค้าด้านบริการกว่า 4,200 ราย คู่ค้าด้านพันธมิตรการสร้างบุคลากรผู้มีความสามารถกว่า 1,000 ราย และคู่ค้าด้านการลงทุน ปฏิบัติการ และการเงินกว่า 80 ราย

ในยุคแห่งความอัจฉริยะนี้ กุญแจสำคัญของการสร้างระบบนิเวศที่อำนวยความสะดวกแก่ทุกฝ่าย คือการทำให้ทุกฝ่ายสามารถใช้จุดแข็งของตนเอง เพื่อสร้างคุณค่าในภาพรวมที่มากกว่าคุณค่าของแต่ละส่วนที่แยกกัน หัวเว่ยจะมุ่งพัฒนากรอบนโยบายระบบนิเวศของบริษัทต่อไปเพื่อขยายระบบนิเวศคู่ค้า ช่วยคู่ค้าทำตามเป้าหมาย และให้การสนับสนุนที่ดียิ่งขึ้นแก่คู่ค้า โดยจะมุ่งเน้นการพัฒนาคู่ค้า การให้ความรู้คู่ค้า การสนับสนุนคู่ค้า การสร้างแรงจูงใจคู่ค้า และการ

ปฏิบัติตามข้อกำหนดของลูกค้า นอกจากนี้ ยังจะพัฒนาการบริหารจัดการลูกค้าเพื่อสร้างระบบนิเวศที่เปิดกว้าง มีการร่วมมือกัน และอำนวยความสะดวกแก่ทุกฝ่าย ตลอดจนมุ่งเป็นผู้ให้บริการที่เป็นที่ต้องการในด้านการเปลี่ยนแปลงดิจิทัล

ดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ <https://e.huawei.com/topic/mwc2020/en>