

# EMAIL + ZOHO CRM

为企业业务保驾护航



**ZOHO CRM**

# 目录

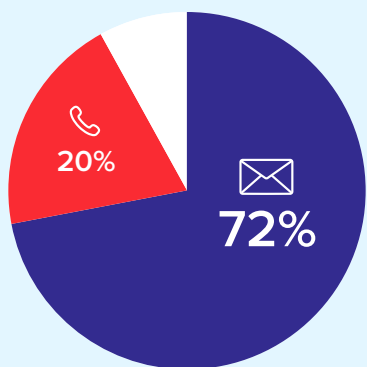
1. 基础知识
2. 邮箱+ CRM 解决方案
  - 内置电子邮件选项
  - Zoho Mail集成
3. SalesInbox
4. 发送 / 接收邮件
  - Zoho CRM的Outlook扩展
  - Zoho CRM的Gmail插件
  - MailMagnet
  - 密件抄送
  - Zoho销售信号
  - 邮件模板
  - 记录中的邮件
  - 机构邮箱地址
5. 邮件可视化
6. 何时使用何功能?
7. 每天有多少封邮件?

## 基础知识

我们将邮件和CRM整合在一起，帮助企业赢得更多商机。

众所周知，电子邮件一直是商业领域沟通和交流的重要媒介。有很大一部分人认为，社交媒体和其它即时通讯方式的出现，导致电子邮件失去了它的魅力，实际上这些想法是错误的。很多企业仍然在通过发送大量的电子邮件进行沟通：公司给他们的客户，员工给他们的经理。销售人员给潜在客户，一个团队成员给另一个团队成员，等等！

在未来很长一段时间里，电子邮件依然是销售人员的首选也是最强大的沟通媒介。大多数人仍然使用电子邮件作为他们的首选交流方式，因为他们觉得这样更专业。



由Marketing Sherpa进行的一项调查发现

**72% 的客户喜欢通过邮件  
与合作的公司取得联系**

而只有不到 20% 的人喜欢面对面交流或电话交流。

marketingsherpa  
powered by MECLABS

电子邮件也是记录会话的最好方法，好过于实时聊天或通过电话交谈，因为这些对话可以保存下来供以后参考和检查。

电子邮件不仅是一种最专业的交流方式，也是最有效的信息传输的方式。

由Campaign Monitor所做的研究表明：

**邮件相对于Twitter或Facebook来说，有六倍的可能性让潜在客户和联系人点击你的网站**

流量来源	Q1 2012	Q2 2012	Q3 2012	Q4 2012	Q1 2013
社交	0.49%	0.60%	0.73%	0.88%	0.71%
邮件	3.06%	3.24%	3.48%	3.58%	3.19%

企业中的一些常见做法。

1. 销售人员希望了解一个线索是如何转化为交易的。他们通常会发送一封正式的电子邮件，让其他同事了解关于线索转化的进展。在这段时间里，线索会收到一封电子邮件来确认所有的通话细节。
2. 一家公司向目标客户发送电子邮件，告知他们最近推出的新产品，或者邀请他们参加一个贸易展会。
3. 如果你订阅了某个公司的博客或者加入了他们的邮件列表，那么在收件箱中就会不可避免的收到很多产品通讯或公司简报之类的邮件。这些邮件会给你提供各种产品折扣、要求你体验他们的新功能等等。

可以想象，电子邮件无论是在工作还是在生活中，都是人与人之间最适合交流的方式。

## Email + CRM解决方案

当你管理混乱的收件箱，组织和跟进杂乱无序的邮件时，可能会遇到很多麻烦。如果不把收件箱整理好，就会错过那些非常重要的邮件。

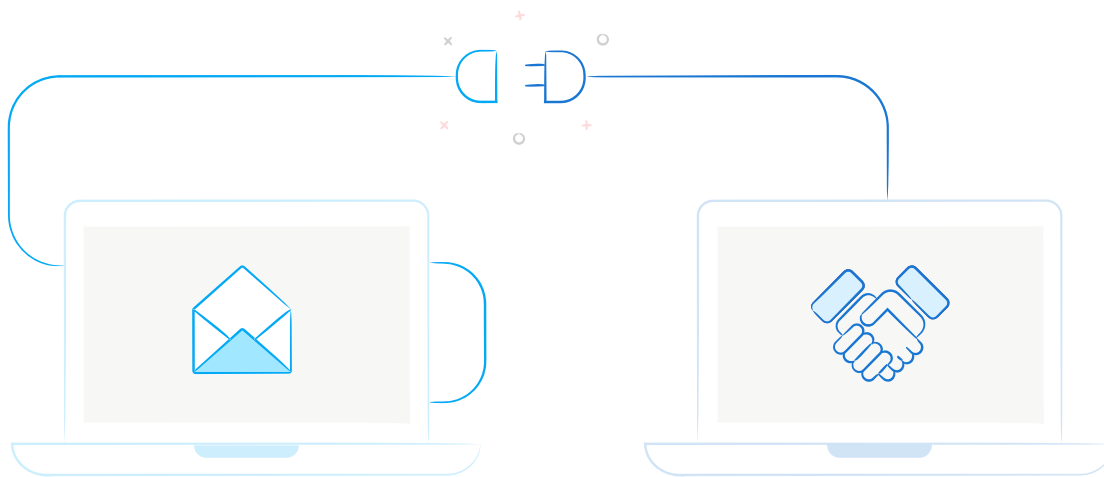
此外，当客户记录以及跟客户之间的邮件往来分开管理时，不能快速访问销售人员和客户之间的沟通历史，需要浪费很多时间和精力在不同的系统之间来回切换。邮件内容迫切需要跟相应的客户信息连接起来，这样才能结合上下文跟客户取得更好的沟通效果。

---

**Zoho CRM提供了将邮件副本附加到客户记录上的解决方案。**

---

不要再浪费时间在电子邮件和CRM系统之间来回切换。将邮件副本附加到Zoho CRM的所有客户记录中去。



你是否给已经验证合格的线索丽莎发了一封关于产品演示的电子邮件？如果已经发送了的话，它将会跟其它关于此线索的重要信息一起存储并显示在CRM系统中。

## 深入阅读：

1. 了解在Zoho CRM中发送电子邮件时提供的各种电子邮件选项。
2. 选择最合适的电子邮件选项。
3. 找出邮件结合客户数据进行组织和管理的好处。

## 内置的电子邮件选项

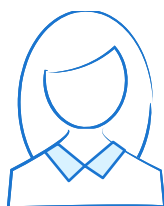
Zoho CRM提供了内置的邮件选项，可以向线索和联系人发送电子邮件。如果没有配置任何第三方邮箱账户，可以从CRM账户中发送邮件给联系人，并将它们与联系人或线索连接起来。

这样，就不必在收件箱里浪费时间和精力去搜索你和客户之间的邮件往来了。

## 内置选项如何工作

内置的邮件选项在所有的Zoho CRM模块中都有，包括线索、联系人、商机、报价、发货单、销售订单等。在这些模块中，每个记录都提供了一个选项，可以用来发送电子邮件，并将同一封邮件的副本保存在记录中。

让我们以A公司的销售代表丽莎为例：



虽然丽莎不是A公司CRM系统的管理员，但她是销售主管之一，她使用自己的办公邮箱**[lisa@zylker.com](mailto:lisa@zylker.com)**注册了CRM账号。

当丽莎向她的客户或联系人发送邮件时，发件人地址会自动填充为**[lisa@zylker.com](mailto:lisa@zylker.com)**

---

Zoho CRM使用丽莎的邮箱地址创建了一个**虚拟的邮箱账号**。现在，当丽莎发送电子邮件时，她的邮件将发送自那个创建的虚拟账号，并将自动关联到她CRM系统中的客户记录中。

这些邮件是公开的。所以A公司的每个人都可以访问它们，如果你能够访问记录，那么就on能够查看跟此记录相关的电子邮件。

## 发送邮件给线索、联系人和潜在客户

当涉及到线索和联系人时，用内置选项发送邮件的过程非常简单。线索和联系人的邮箱地址跟其它重要信息一样，已经列出在记录详情页面。而对于商机模块来说，情况却有些不同。

商机代表的是要么与企业进行交易（B2B），要么与个人进行交易（B2C），为企业产生收入的行为。商机通常没有与其相关的邮箱地址，但是却有关联的联系人。对于每一个商机，都至少有一个联系人参与到交易的整个过程中。

那么当你想要在Zoho CRM中发送一封关于商机的电子邮件时，会出现什么情况呢？

当给某个商机关联的联系人发送邮件时，Zoho CRM会记录下联系人的邮箱地址，并在联系人和商机记录中保存邮件副本。

## 报价单，发货单和销售订单

在大多数的销售流程中，报价单、发货单和销售订单都是销售人员处理的重要文件，以保存和维护每笔交易的记录。这种文件的处理通常都是通过邮件完成的，这些文件被销售经理批准后，由销售人员发送给客户或联系人。跟商机模块一样，在Zoho CRM中，报价单、发货单和销售订单都会有一个联系人与其关联。

---

当点击发送邮件选项时，就会将一封包含PDF格式附件的报价单/发货单发送给客户。

---

## 采购订单

采购订单的情况跟上面介绍的略有不同。采购订单是从供应商那里采购产品或服务时提供的合法订单文件。每个采购订单都包含一个联系人和供应商的详细信息。

---

由于每个采购订单都有一个联系人和供应商与其关联。因此，采购订单可以发送给联系人或供应商。

---

当发送电子邮件时，可以将采购订单以PDF附件的形式发送给联系人或供应商。

但是内置邮件选项存在的一个问题是 - 由于接收到的邮件与CRM记录没有关联，就不能在CRM中保留邮件沟通的完整历史。为了实现这个功能，可以使用Zoho邮箱集成。

## Zoho邮箱集成

Zoho邮箱集成允许在Zoho CRM内部访问邮箱账号。添加的邮箱账号将显示为CRM的新模块：邮件。此集成不仅仅局限于拥有Zoho Mail邮箱账号的用户。如果你正在使用Gmail，QQ，网易，263或其它邮箱服务，也可以使用此功能。在Zoho CRM中配置任意邮箱客户端的账号并在CRM内部访问配置的邮箱账号。

谁应该在Zoho CRM中配置邮箱？为什么配置？

Zoho邮箱插件是销售人员的一个很好的工具。销售代表的典型日常工作包括寻找合格的线索、给客户打电话、完成任务、与潜在客户会面，并收集更多关于线索的信息。这些活动也包括发送邮件给线索以及接收线索发送过来的邮件。

Zoho邮箱集成保存了发送和接收邮件的副本，并将它们关联到相应的CRM记录。这样就为销售人员提供了一个完整的邮件沟通的历史。通过此集成，不仅可以保存与CRM数据相关的特定客户的电子邮件，还可以在Zoho CRM内部访问整个邮箱账号。

## 邮件共享选项

与CRM记录相关的电子邮件可以与企业CRM系统中的其他用户共享。



管理员驱动的电子邮件分享让你有权利决定谁可以分享邮件，应该赋予谁什么样的权限，在分享的时候可以排除哪些域，等等。它可以让你控制每个用户与他/她的团队共享邮件的方式。

管理员可以更改已设置的共享权限，或者设置成“用户的选择”，让团队成员自己来决定他们的邮件分享权限。

### 以下是分享权限选项：

**私有** - 用户不能和同事分享邮件。

**自定义** - 只对选定的线索和联系人分享邮件。

**公开** - 分享所有线索和联系人相关的邮件。

## POP/IMAP配置

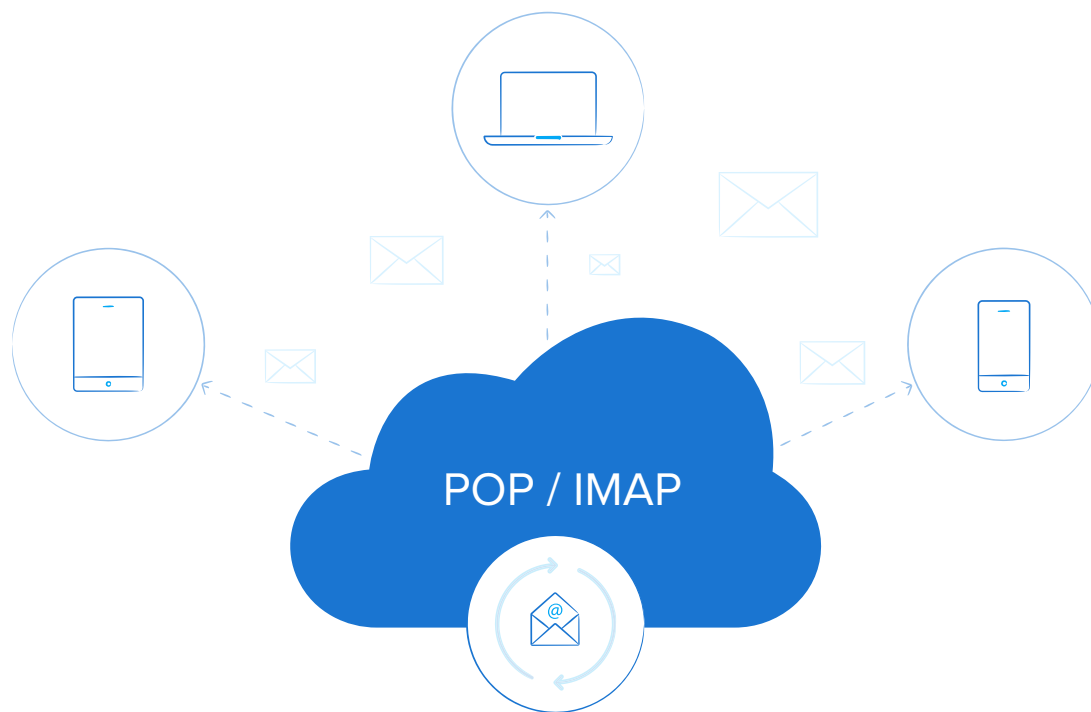
Zoho CRM为邮件沟通提供了两种集成选项：**POP**和**IMAP**。几乎所有邮箱客户端和服务器都支持邮局协议3.0版本（**POP3**）。**POP**协议可以用来下载邮箱提供商服务器上的所有邮件。这意味着你只能在那个特定的邮箱客户端和服务器上阅读邮件。如果想要对某封邮件做更改，那么这些更改只在一个设备上可见。

假设你在手机上错误地删除了某个联系人的一封重要邮件，而你需要再次访问那封邮件。如果这封邮件之前已经从服务器下载到电脑上了，这时候仍然可以在电脑上访问这封邮件。

类似地，假设你已经在笔记本电脑上对某封邮件做了一些更改，但是现在想把它回复到之前的某个版本。通过**POP**协议，你就可以继续在手机或平板电脑上访问旧版本的邮件。

## 多设备同步

跟POP不同，IMAP允许用户通过任意设备随时随地访问邮件。当通过IMAP协议访问并阅读邮件时，实际上并没有在电脑上下载或存储这些邮件，而是从邮箱服务器中直接阅读。也就是说，所有邮件活动将自动在电脑、手机和平板电脑上自动同步。因此，你可以通过不同的设备，在世界的任何角落来访问你的邮件：任意一台手机、电脑、平板，等等。



假设你收到了来自联系人的一些重要邮件。一旦通过IMAP协议配置了邮箱账号，就可以访问任何联系人的记录，并在联系人的邮件相关列表部分查看与该联系人相关的所有邮件。

IMAP的双向同步意味着所有邮件活动都会在CRM系统和邮箱账号中同时更新。

所以你既可以在CRM中，也可以在邮箱客户端中回复联系人的邮件，还可以立即看到联系人是否已阅读或已回复了邮件。

# SalesInbox

## 收件箱中正确的销售上下文信息

作为一名销售人员或销售经理，每天都会收到数百封来自线索、联系人和潜在客户的邮件。你必须时刻关注来自客户和潜在客户的重要邮件。因为传统邮箱只是把时间上最新的邮件放到最前面，所以很有可能会导致你错过一些重要的客户来信，比如潜在客户咨询产品报价的邮件。这样的失误会让企业付出很大的成本。

**SalesInbox**

写信

文件夹 +

**我** 99+

收件箱 65

草稿

已发送

垃圾邮件 16

回收站

未读 95+

客户

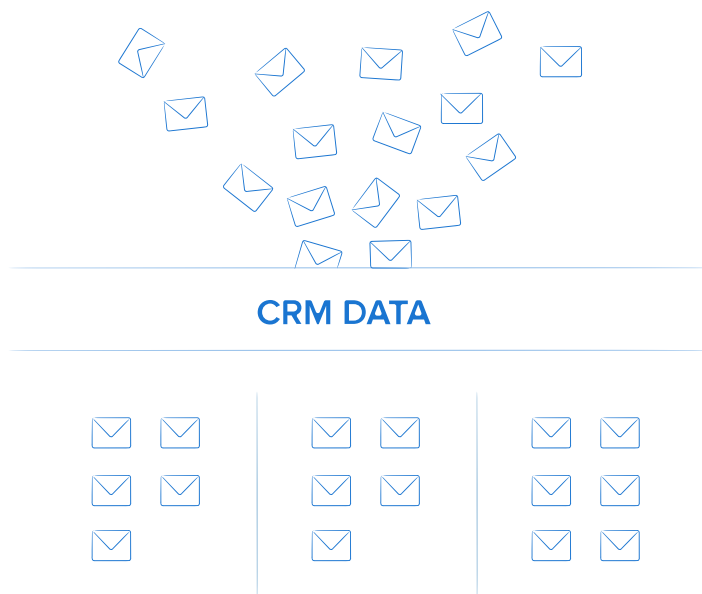
本月关闭 2

重要客户

商机	联系人 & 线索	不在CRM	同事
<p>David Miller 昨天 Request for sample logo de... \$4000.00</p> <p>Adam Johnson 七月12 Web design deal- confirmat... \$3000.00</p> <p>Martin Taylor 七月 12 Reg: Price plans \$4000.00</p> <p>Valarie Thomas 七月 02 Clarification in pricing \$10,000.00</p> <p>George Faulkner 六月 31 Demo request \$4000.00</p> <p>Patrick John Smith 六月 21 Need business cards desig... \$4000.00</p> <p>Sharon Glaze 六月 13 Product Demo \$4,500.00</p>	<p>• Jeremy Watson 10:40 Product tour!</p> <p>Maria Thomas 昨天 Demo request</p> <p>Steve Johnson 七月 6 Plans and benefits</p> <p>Sandra Evans 七月 4 Latest upgrade?</p> <p>Warren Hastings 七月 3 Re: Welcome onboard!</p> <p>James Carter 六月 22 Clarification in the design process</p> <p>John Dykes 六月 22 Reminder: Portfolio</p>	<p>• Donna Baker 11:58 AM Regarding product features</p> <p>• Sandra Evans 10:20 AM Tradeshaw on 12/7/2016</p> <p>Twitter 9:47 AM Follow James Carter on Twitter!</p> <p>Charles Jones 7:40 AM Interested in your product</p> <p>Nancy Parker 昨天 Webinar registration</p> <p>Deborah Smith 昨天 Loved your tradeshaw</p> <p>Veena Trivedi 昨天 Like to know more</p>	<p>Robert Yonker, Me (2) 昨天 Re: Final Attempt</p> <p>Jennifer from Zylker 七月 11 Choose the right plan</p> <p>Elizabeth Leon.Me (2) 六月 13 Re: quick question</p> <p>Manish Sharma 六月 6 New contact?</p> <p>Rose Edward 六月 2 Trying to connect</p> <p>Elizabeth Leon.Me (2) 六月 30 Re: quick question</p> <p>Manish Sharma 六月 30 New contact?</p>

如果收件箱中的邮件信息管理混乱或者没有上下文信息可以参考，你很容易会失去一些潜在客户和商机。要避免损失，在SalesInbox中结合上下文信息来管理和组织邮件是一个很好的办法。

SalesInbox是一款智能的电子邮件工具，它与Zoho CRM无缝集成，将邮件和CRM信息整合到一个地方。它会根据CRM数据自动将工作邮件列出在相应的分栏中，这样就可以帮助销售人员有序组织和管理邮件。



### SalesInbox可以：

- 根据销售管道和每笔交易的阶段自动组织电子邮件。换句话说，来自线索或联系人的邮件将分类列出在线索&联系人分栏中，来自潜在客户的邮件将分类列出在商机分栏中，而来自同事（相同域名）的邮件将列出在同事分栏中。
- 提供企业用户与线索、联系人和商机之间的完整沟通历史，从以往的邮件沟通，到他们提交的工单，再到已经完成/正在进行的商机。

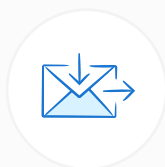
所有这些交流和沟通都可以在收件箱中看到，所以，你不可能错过完成任何一笔商机的机会！

## 发送 / 接收邮件

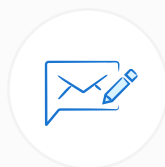
### Zoho CRM的Outlook插件

对于那些喜欢使用Microsoft Outlook来处理邮件的用户，Zoho CRM提供了一个易于使用的插件。如果用户使用MS Outlook来发送和接收邮件，可以通过Zoho CRM的MS Outlook插件将所有这些邮件关联到Zoho CRM的记录中。**注意：**此插件适用于Mac系统和Windows系统。

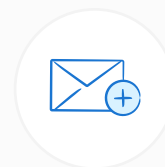
通过MS Outlook插件，可以：



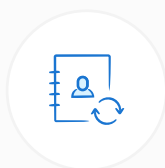
将Microsoft Outlook中发送和接收的邮件关联到Zoho CRM的线索、联系人或商机中。



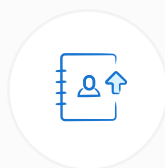
在Zoho CRM中修改邮件内容和添加附件，而无需修改 Microsoft Outlook中的原始邮件。



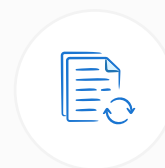
将邮件作为服务支持添加到Zoho CRM。



从Microsoft Outlook自动同步联系人、日历活动和任务到Zoho CRM。



将Microsoft Outlook中的联系人、日历活动和任务导出并导入到Zoho CRM。



在与Zoho CRM同步联系人、日历和任务的同时解决冲突，可以避免在CRM系统中添加重复数据。

根据MS Outlook的版本（32位或64位）来下载和安装插件。

访问 **设置 > 应用市场 > Microsoft > Outlook**，并基于MS Outlook的版本（32位或64位）下载插件。

## Zoho CRM的Gmail插件

如果你是Gmail的资深用户，现在就可以在收件箱中查看所有的客户信息了，而且不需要在Gmail和CRM之间来回切换。

Zoho CRM提供的Gmail插件可以让你不必打开CRM应用，就能查看客户的所有联系信息。你可以在Gmail中直接将线索转化为联系人，记录通话、添加任务和活动，并定期跟踪客户和潜在客户，添加备注和任务，使得CRM始终维护最新的内容。

## MailMagnet

每个销售人员都需要跟线索、联系人和潜在客户进行定期的邮件沟通和跟进。他们深刻地意识到及时回复来自潜在客户的邮件是多么重要的一件事情。那么，有没有方法可以一直密切关注来自潜在客户和客户的所有电子邮件呢？

答案是：有。这就是MailMagnet所要实现的功能。当销售人员在收件箱中收到重要邮件时，MailMagnet会发出提醒。

---

它会智能化地扫描你的收件箱，并且当CRM中的客户和潜在客户来信时通知你。

---



这还不是全部功能；你还可以在MailMagnet内部回复邮件、添加后续任务以及添加备注。除此之外，还可以将收件箱中的邮件过滤到单独的文件夹或标签中。

MailMagnet是Zoho邮箱集成的一个插件。因此，如果你通过Zoho邮箱集成在Zoho CRM中配置了邮箱账号，MailMagnet就会开启，它会通知你关于客户的重要邮件。

## 密件抄送

企业中的大多数员工一般都会拥有多个邮箱账号与客户进行交流。使用多个邮箱账号的原因可能会有很多种。

当你参与一个大型项目的时候，比如房地产项目，可能需要花费几个月的时间才能完成此项目；或者当你需要将后期项目交给其他人处理的时候；创建一个指定的邮箱账号，就会使沟通变得很轻松。还有一些企业为不同的产品线设立了单独的邮箱账号，每个产品分支向不同的用户群销售产品。同样的，设立多个部门的企业通常为每个部门创建一个单独的邮箱账号：如客户服务、销售、市场推广和营销，等等。

如果你只有一个邮箱账号用于商务沟通，可以使用Zoho邮箱集成功能来配置。但是当你有多个邮箱账号用来与联系人、客户和潜在客户进行邮件沟通时，如何才能把所有邮箱账号中的邮件关联到Zoho CRM的记录中呢？这就是密件抄送可以解决的问题。密件抄送为Zoho CRM系统中的每个用户都提供了一个唯一的邮箱地址。除了标准的企业邮箱账号，可以使用密件抄送邮箱地址进行所有沟通。

---

通过这个独特的邮箱地址，可以把发送给线索或联系人的所有邮件自动拉取到Zoho CRM中。

---

当你向客户发送邮件时，所需要做的就是将邮件密件抄送给这个独特的邮箱地址，这样就可以在Zoho CRM系统中得到与相应的线索或联系人关联的邮件副本。

如果线索/联系人在CRM系统中不存在，基于密件抄送设置，将创建一个新的线索/联系人。

**(注意)** 对于拥有管理员或标准角色的用户，将会默认启用密件抄送的权限。如果你想要限制权限，可以通过编辑角色文件来禁用权限。

- 密件抄送邮箱地址只适用于线索和联系人模块。可以将你发送的所有邮件与相应的线索或联系人关联起来。访问**设置 > 通讯 > 邮箱设置 > 密件抄送**来查看密件抄送邮箱地址。

### 其它密件抄送功能如下：

- 引导CRM系统对哪些记录进行搜索，并将邮件关联到记录。
- 出于安全考虑，在需要的时候生成邮箱地址。
- 将邮箱地址下载为vCard格式，并将密件抄送邮箱地址存储在任何可以随时访问的地方。
- 添加多达5个不同的邮箱地址，并将从这些邮箱账号中发送的所有邮件关联到Zoho CRM的线索/联系人记录中。

请注意：使用密件抄送选项不能保存完整的邮件沟通历史，因为接收到的邮件并没有关联到相应的CRM记录。

## Zoho销售信号

客户不再只是通过客户经理与企业进行沟通。还有很多其他的渠道让客户与企业保持积极的联系。他们可能会填写企业发送的调查表单，可能会提交服务工单，或者通过其它的方式与企业建立联系。当客户使用所有可能的方式与企业进行沟通时，企业将如何集中管理这么多信息？

使用Zoho销售信号，从线索、联系人或潜在客户那里获得实时通知。可以通过Zoho CRM这一个统一的平台集中管理和跟踪所有不同渠道的客户交互。



The image shows two overlapping screenshots from a social media platform. On the left is a profile for Michael Wright (@m\_wright), showing his bio, tweet counts (17 tweets, 49 following, 3 followers), and a recent tweet from May 9th mentioning a webinar. On the right is a 'Sales Signal' (销售信号) notification panel listing several contacts: Melinda Anderson (Venture Capitalists), George Smith (Treble Notes Inc), Michael Wright (Smithson Publication), Gray Davis (Treble Notes Inc), and Joe Hackett (H I D Corporation). Each entry includes a timestamp and a brief description of the signal, such as '已打开 - Thank you for visiting...' or '提及 @zylker'.

假设你计划在本周内给某个线索做一个产品演示。在这之前，线索访问你的网站了解关于产品和价格的更多信息。当线索访问你网站的时候，销售信号就会通知你，告诉你线索在某个特定的页面上花费了多长时间，他/她感兴趣的信息有哪些。掌握了这些信息，你就可以更好的给客户做产品演示了！

## 邮件模板

你是否需要向客户每月发送续费提醒邮件，或者向在某个贸易展会上遇到的一组新线索发送后续跟进邮件？是否需要向你的销售团队发送每月销售报表？

使用邮件模板代替发送大量繁杂邮件的任务。可以通过模板向多个收件人同时发送同一封邮件。不管是群发邮件给线索和联系人，还是在满足某个工作流规则的时候给Zoho CRM中的用户发送邮件通知，都可以使用邮件模板。

	邮件	库存	邮件合并	所有模块 ▾
<input type="checkbox"/>	模板名称		修改者	
☆	试用已过期5天 线索 试用过期		Burrows Amelia 八月 09	
☆	了解产品的更多信息 线索 了解产品		Burrows Amelia 四月 13	
☆	产品更新 线索 产品更新		Burrows Amelia 四月 13	
☆	升级提醒 线索 升级提醒		Burrows Amelia 三月 26	
☆	已拒绝 线索 不能批准		Burrows Amelia 三月 08	

可以为Zoho CRM中的每一种记录类型单独创建模板，比如线索和联系人。

下面是可以通过模板执行的其它功能：

- 通过拖放文字、图片、表格和按钮来设计模板。还可以通过选择适合自己的文本布局和添加背景颜色的方式来个性化定制模板。
- 通过从模板库中选择模板并对其进行定制，使得用户与线索、联系人和同事之间的沟通更加个性化。
- 合并字段到模板中。在下拉框中选择合并字段并添加到模板中。
- 将页眉和页脚添加到模板中。只需点击想要设置页眉和页脚的位置，然后输入内容！

## 记录中的邮件

发完邮件之后，你肯定想要了解与每个记录相关的邮件列出在哪里。

在每条记录中，都有名为**相关列表**的部分。这部分列出了与主记录相关的附加记录。例如：任务、活动、通话、附件、邮件、联系人、产品，等等。邮件就是其中的一个相关列表，可以查看跟此记录相关的所有邮件往来。

当启用Zoho Mail邮箱集成时，邮件相关列表的下拉列表中提供了如下两个选项来过滤邮件。

**从CRM发送的邮件** – 只有从Zoho CRM的内置邮箱账号发送的邮件会列出在这里。

**Zoho Mail共享用户** – 本部分列出启用了共享邮件选项的用户名称。选择用户名称，将看到此用户共享的邮件。

## 机构邮箱地址

当你想要发送商务邮件给潜在客户和客户时，用企业（机构）邮箱地址比用私人邮箱地址更专业，更体面。这个企业邮箱地址可以由团队中的所有用户使用。

在Zoho CRM中配置一个独特的机构邮箱地址来发送邮件给客户，或接收客户发送的邮件，可以让客户或潜在客户更容易与企业进行交流。在每个企业CRM系统中可以配置多达10个机构邮箱账号。

比如说，戴安娜是A公司的销售代表，她正计划向客户发送电子邮件。她不用使用自己的私人邮箱 diana@a.com来给客户发邮件，而是使用机构邮箱 support@a.com 来接收和回复客户和潜在客户的邮件。

## 邮件分析

邮件沟通不仅仅是发送、接收和分享电子邮件。如何知道线索和潜在客户是否阅读了你的电子邮件、点击了任何链接、或者完全忽略了它们？当你有正确的统计数据时，未来就可以写一封更好的邮件跟客户进行沟通。

The screenshot displays the '邮件分析' (Email Analysis) dashboard in Zoho CRM. It includes a navigation bar at the top with options like '主页', '项目', '线索', '联系人', '商机', '客户', '活动', and '报表'. Below the navigation bar, there are filters for '总结通过' (Summary Filter) and '日期范围' (Date Range), along with a '过滤器' (Filter) button. The main content area is divided into two sections: '总结报表' (Summary Report) and '详细报表' (Detailed Report).

**总结报表 (Summary Report):**

已发送	退信的	打开的	点击的	已接收	回复的
63897	3.65% 2331	29.3% 18665	4.60% 2491	18665	987

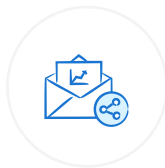
**详细报表 (Detailed Report):**

日期	已发送	退信的	打开的	点击的	已接收	回复的
11/07/2016	2173	3.45% 75	21% 450	2.71% 48	5165	91
10/07/2016	6914	3.57% 247	22.03% 1517	3.18% 191	6313	15
09/07/2016	6305	3.73% 235	23.06% 1454	3.5% 192	5765	-
08/07/2016	8762	3.73% 327	30.07% 2597	5.12% 317	11237	382

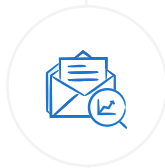
你不想知道邮件沟通的过程和结果吗？只有将电子邮件与完整的上下文相结合进行分析，才能正确了解电子邮件的执行情况，

因此，通过CRM系统可以轻松追踪发送的邮件。通过每天、每周或每月报表来了解邮件的打开、点击、回复和退信情况，对你做了什么以及下一步需要做什么有一个更加清晰的认识。

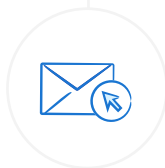
## 邮件分析可以帮助你



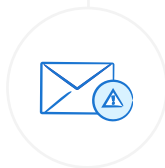
识别具有最高打开率的邮件模板并将其共享给你的同事。



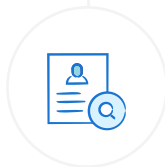
创建新版本的模板，并将其与以前的版本进行比较。找出哪个版本的打开和点击率更高。



了解联系人是如何回复你的邮件的。获取关于邮件发送、送达、打开和点击的详细信息，了解它们被打开或点击的次数。



使用高级过滤器，找出哪些线索在特定的时间范围内没有响应。



根据每个销售人员发送的电子邮件数量，获取个人报表，找出表现好的明星销售以及需要改进的销售。

## 何时使用何功能?

并不是每个邮件功能都适合你，基于业务需求选择最合适的功能：

### Zoho Mail插件



当你想要把邮箱系统中接收到的邮件和发送出去的邮件关联到Zoho CRM中相应的记录上时。可以是Zoho Mail邮箱账号，也可以是其他任意支持POP或IMAP配置协议的邮箱账号。

### 密件抄送



当你管理多个邮箱账户，并且想要将邮箱账户中发送的电子邮件关联到Zoho CRM中相应的记录上时。

### Zoho CRM的Outlook插件



如果你正在使用Microsoft Outlook进行所有商务沟通，并且想要把电子邮件跟Zoho CRM中的相应记录进行关联。

### SalesInbox



当你希望邮件能够按照销售管道运行的方式进行排列时，SalesInbox可以帮助你实现。分栏、文件夹和过滤器将反应出销售重点，确保你能关注并优先处理重要的事情。

### Gmail插件



当你使用Gmail邮箱账号进行商务沟通，并且不需要在Gmail和CRM系统之间来回切换，就可以查看客户的所有相关信息时。

## 每天能发送多少封邮件？

Zoho CRM对每天发送的邮件数量设置了限制。可以群发邮件也可以单独发送邮件，但是每个CRM版本都有各自不同的限制。注意：邮件限制时长是基于企业CRM系统的时区配置的。

### 对于单独发送的邮件

企业的电子邮件限制将根据CRM账户中已确认和活跃的用户总数进行计算。



### 对于群发邮件

可以基于Zoho CRM的版本计算群发邮件。

标准版	高级版	旗舰版
250封/天	500封/天	1000封/天

基于企业CRM系统的时区设置，上午12点到晚上11点59分将作为一天来计算邮件数量。

(注意) 每个企业每天的群发邮件包括**自动回复**、**活跃的计划邮件**、**宏邮件**和**群发邮件**。

(注意) 也可以通过额外付费将每个企业每天的群发邮件限制提高到2250封。请发送邮件到 [cn-sales@zohocorp.com](mailto:cn-sales@zohocorp.com) 来增加每天的电子邮件限制。

另外，请了解Zoho Campaigns与Zoho CRM的集成。Campaigns可以通过对营销活动进行计划、执行、分发和分析，从而完成对整个市场营销过程的管理。Zoho CRM内置的Zoho Campaigns集成可以帮助企业将线索、联系人从CRM导出，并导入到Campaigns中，从而轻松计划和执行邮件简报、欢迎邮件、客户调查等活动。更重要的是，在CRM中可以很容易地追踪这些邮件的响应情况。





## 联系我们

### Zoho中国

- 公司地址
- Zoho Corporation
- 中国, 北京
- 海淀区后屯路28号,
- KPHZ国际技术转移中心三层,
- 邮编: 100192
- 网址: [www.zoho.com.cn](http://www.zoho.com.cn)
- 电话: +86-400-660-8680

### 产品购买/代理加盟

- 电话: 010-82637815
- [cn-sales@zohocorp.com](mailto:cn-sales@zohocorp.com)

### 技术支持

- 电话: 400-660-8680
- [support@zohocorp.com.cn](mailto:support@zohocorp.com.cn)

### 媒体与市场合作

- 电话: 010-826378395

## Zoho CRM资源中心

[www.zoho.com.cn/crm/help](http://www.zoho.com.cn/crm/help)