

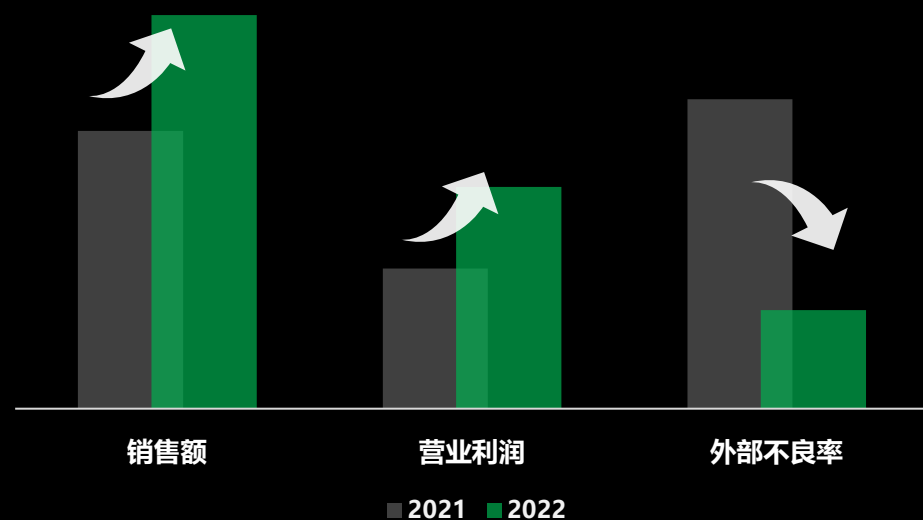
转型案例

客户行业：环保材料制造

现实挑战：（1）细分市场不够聚焦，对未来的增长方向不明确，过去几年销售额起伏，没有增长；（2）客户数量庞大，散而小，且因为质量不稳定，对做行业大客户没有信心

客户期望：细分市场聚焦 | 大客户开发 | 日常管理

提升思路：从战略规划部署开始，聚焦细分市场，明确主攻行业大客户的策略和打法，同时狠抓日常管理，提高团队能力和工作效率



销售额增长42%、利润额增长60%、外部不良改善68%
聚焦细分市场、深耕核心客户，销售额逆势高速增长
持续推动精益文化，优化组织结构，提高人效

第一阶段

2021

阶段重心：组织和战略

第二阶段

2022

阶段重心：大客户开发，日常管理

第三阶段

2023

阶段重心：市场和研发

增长

运营

组织人才

21年9月
战略分解



21年8月
战略规划 & 部署

21年9月
财务预算

21年10月
组织和人才盘点

22年4月
销售管理

22年4月
组织架构调整

22年4月
销售绩效设计



22年6月
质量全景图

22年6月
销售预测和漏斗

月度点检

22年7月
岗位职责

销售额增长 42%
营业利润额增长 60%
外部不良下降 68%
准交率达到 98%

23年2月
销售工作流程

23年1月
战略部署