

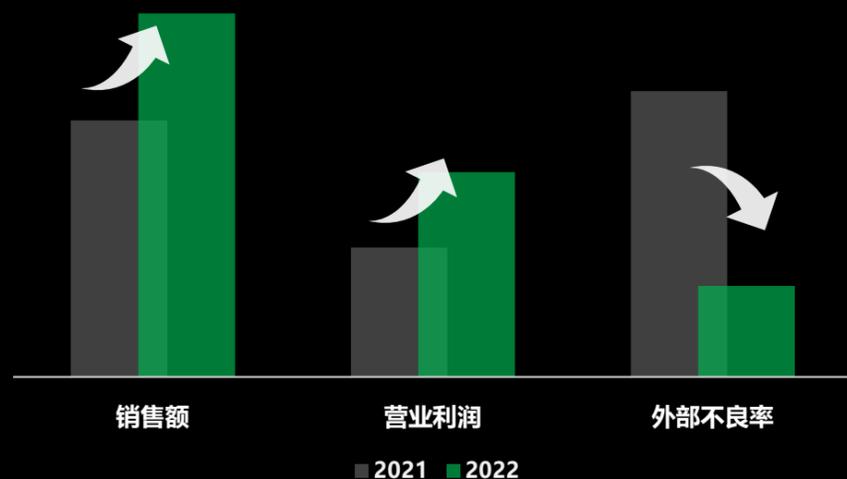
转型案例

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

月度点检

22年6月
销售预测和漏斗

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1月
战略部署

23年2月
销售工作流程