

转型案例

客户行业：铝箔产品

面临主要挑战：

- 贸易战和欧美经济下行导致出口订单全面下滑，销售增长压力巨大
- 国内几个较大竞争对手持续降价，原材料大宗商品价格翻番两头挤压企业利润
- 质量和交货不好，导致客户抱怨、流失

客户期望：细分市场业绩增长突破 | 提高人效坪效 | 资金周转稳定提升

提升思路：通过提升产品质量、交期，形成在某一细分赛道的独特优势，成为行业品牌客户的独家供应商

三年三连跳，年复合增长率

交期缩短48%，外部不良降低45%

销售增长41%、营业利润率提升11%、周转提升55%、人效提高44%

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，人效坪效翻倍

陪跑第一年

2020

阶段重心：建立统一价值观和标准语言



2020年10月
战略部署

陪跑第二年

2021

阶段重心：提升交付和质量

21年1月
市场进攻策略

21年3月
销售目标分解

21年4月
大客户销售战法



2020年11月
卷箔车间流动生产单元

21年9月战略部署

21年10月销售目标分解

21年7月
年中战略复盘

21年4月
目视化生产计划



21年5月
质量全景图

21年10月
财务预算

21年12月
目视化日常管理

21年12月
管理层绩效设计



21年11月
组织人才盘点

陪跑第三年

2022

阶段重心：销售策略和供应链管理

22年2月
客户和订单策略

22年2月
客户预测和生产计划

22年4月
产品宣传&大客户沟通技巧

22年2月
客户审厂预演

22年3月
客户审厂预演

22年4月
薪酬绩效设计

22年7月
战略年中复盘

22年10月
市场&客户需求洞察

22年6月
供应链基础及降本计划

22年9月
目视化生产计划

陪跑第四年

2023

阶段重心：持续增长和团队建设

23年2月
销售目标&行动计划

23年3月
分层审核

增长

运营

组织人才