

北京睿思管理咨询有限公司

企业详情

企业官方注册名称：北京睿思管理咨询有限公司

企业常用简称（英文）：Deep Thinking

企业常用简称（中文）：睿思咨询

所属国家：中国

中国总部地址：北京市朝阳区光华路丙12号数码01大厦26层

网址：www.deep-thinking.cn

所属行业类别：领导力发展培训、销售培训、个人能力发展、专业能力发展

在中国成立日期：2010年5月17日

在中国雇员人数：50

业务详情

1、主要客户所在行业：生命科学（如医药，医疗器械等）、互联网与游戏业、IT 信息技术，半导体及通讯、金融服务（如银行，保险，财富管理等）、能源动力

2、曾服务过的客户案例

客户案例一：

所提供的服务类别	销售培训，领导力发展培训，专业能力发展
客户公司性质	外商独资、合资
客户公司行业	生命科学（如医药，医疗器械等）
客户当时的需求	<p>该公司作为全世界提供开创医疗护理新时代的革新性医疗技术和服 务。为了企业的发展企业需要一批强有力的销售团队和渠道来支撑企业发展，希望借此项目提升销售管理团队及代理商团队B2B业务管理能力提升。通过前期的沟通了解到有以下几点待提升点：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 代理商进行销售预测困难医疗产品销售有较强的季节性波动，很多时候产品未销售到最终消费者手里，产品积压在渠道环节，造成销售预测困难。 2. 代理商进行价格政策管理难度大由于销售业务种类较多，面对



	<p>不同的大卖厂还是渠道代理商，都用不同的价格政策，加上不断的促销，使价格政策管理日趋复杂。</p> <p>3. 作为特殊的产品，医疗服务具有明显的B2B销售服务特征，该公司国内的B2B销售管理团队匮乏且需要完善的B2B销售管理理论支持，而国内却乏相关培养资源进行强有力的支持。</p>
具体服务内容	<p>结合客户需求我们进行销售绩效管理流程及机制的四个模块的深入研讨：模块一，进行销售管理基础流程及机制的梳理，包括进行内部销售语言及管理语言的流程研讨会；模块二，进行销售短周期管理，进行pipeline的销售商机管理；模块三，进行销售中长期管理咨询，协助进行销售计划制定及策略对齐，销售计划的过程管理，下属绩效评估与反馈等方面研讨；模块四，基于公司特点进行个性化流程设计及写作规则研讨。</p>
服务成果	<p>帮助代理商团队系统的梳理了销售流程，构建了新的销售管理机制，提升了销售管理效率和水平，同时引进了成熟、系统、深入的销售绩效管理工具。</p>

客户案例二：

所提供的服务类别	销售培训，领导力发展培训，专业能力发展
客户公司性质	外商独资、合资
客户公司行业	IT信息技术，半导体及通讯
客户当时的需求	<p>1. 该公司集团层面有统一的销售流程支撑，但针对山东区域典型的工作任务场景实质性应用及落地欠佳，但流程并未与山东地区实际工作场景相结合、同时基层销售团队背景各异销售打法不同，组织内部没有统一的销售流程和语言。区域管理层、人力资源部、销售团队反馈应有结合山东区域当地特点和实际工作场景的销售流程进行有效的业务管理。</p> <p>2. 公司欲进行STL精英销售的能力提升培养项目，涉及人员有从内部提拔新任经理、业绩优异的销售经理、外部招聘经验丰富的销售经理，挑战在于STL不仅面对销售团队管理问题，更重要的是还要承担top sales的角色，需要结合销售流程给予系统完善的TOB销售经理能力提升主题。</p>
具体服务内容	<p>结合项目需求及目标我们进行了三个阶段的STL能力提升培养计划：</p> <p>1. 阶段一 以该公司山东目前销售流程和政府端业务模式为主，</p>



	<p>进行销售流程研讨会。包括政府端业务销售流程、金融业务端销售流程以及所涉及到的青岛、济南、太原、新疆等企业业务模式</p> <p>2. 阶段二 链接山东大区销售流程梳理后的关键典型任务的销售能力提升。包括但不限于识别目标客户、客户关系开发、明确销售需求、价值呈现、竞争策略等方面的内容。</p> <p>3. 阶段三 结合STL典型任务和企业发展要求进行销售策略及计划的能力赋能包括宏观行业及具体区域及不同业务条线的市场客户产品分析，制定与销售策略相配套的销售计划，系统、有序推进和执行；同时筹划好关键任务，使团队的销售工作既有系统性，又能抓住重点。</p>
<p>服务成果</p>	<p>1、政府段业务作为山东大区的典型业务模块，项目结合现有销售流程及销售管理系统梳理出该公司山东大区可实践落地的政府端业务的销售流程，明确关键行为、能力及标准。</p> <p>2. 通过梳理的销售流程关键节点的核心能力结合该公司山东对于STL销售能力要求进行针对性的能力提升培养项目，包括STL在团队管理和销售管理两个模块双管齐下，结合关键任务，有效整合、协调相关资源，促进销售工作整体推进、高效展开。进行销售计划的执行和阶段评估，完善了销售策略，形成整体销售管理闭环。</p>

客户案例三：

<p>所提供的服务类别</p>	<p>销售培训，领导力发展培训，专业能力发展</p>
<p>客户公司性质</p>	<p>国有</p>
<p>客户公司行业</p>	<p>金融服务（如银行，保险，财富管理等）</p>
<p>客户当时的需求</p>	<p>该公司作为保险行业龙头老大，但是如何在竞争的环境中处于持续处于不败的地位，就需要在业务打法上有一套创新的做法。随着保险行业的竞争压力越来越大，地市级的负责人在业绩上非常有挑战。该公司地市级总经理在能力上缺乏系统的销售策略和规划，同时行业希望未来做的更加深入和完整，帮助提升销售地区级老总销售战略规划的能力。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>前期通过和地区各区域总经理进行访谈沟通，确定我们本次销售战略研讨会主题内容，中期通过问卷及详细信息进行学项目设计契合我们目前亟待解决的问题，进行市场及客户分析、产品分析和竞争分析之后进行销售策略的选择。</p>

服务成果	地区级老总系统地完善了进行市场分析的成果，产出了2019-2020年年度各地市当地的具体可执行落地销售策略及计划。并系统进行了详细结合各地市实际工作情况的分析及客户分析，协助地市老总和该公司营销总部梳理业务战略发展思路。
------	--

档案内容更新于2019年7月