

## 美联益（北京）咨询有限责任公司

### 企业详情

企业官方注册名称：北京市丰台区ABC外语培训学校  
 企业常用简称（英文）：Sales Performance International  
 企业常用简称（中文）：SPI  
 所属国家：美国  
 中国总部地址：上海市长宁区仙霞路345号东方世纪大厦1707室  
 网址：www.spisales.com

所属行业类别：销售培训、其他  
 在中国成立日期：2010年9月9日  
 在中国雇员人数：21

### 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）机械制造、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）、机械制造、运输及物流

### 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
客户公司性质	民营
客户公司行业	运输及物流
客户当时的需求	该公司的核心业务是为客户提供快递运输服务，这一核心业务在中国发展速度非常快。然而该公司的管理层发现他们的客户忠诚度并不高，他们可以非常随意地更换供应商。因此该公司希望从一个传统的快递运输供应商转型为一个供应链解决方案服务商。例如：不再简单地为时尚品牌公司提供物流运输服务，而是提供全流程供应链解决方案，来提升客户与上游原材料供应商之间的



	<p>往来效率，与此同时，优化客户的下游订单管理系统以提升货物的终端运输效率。根据以上的业务发展要求，该公司需要将销售团队从销售传统的快递服务向销售全流程供应链管理解决方案进行转型。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>SPI和该公司首先定义了其想要进入的关键垂直市场，例如时尚行业、移动手机行业、医药行业等。紧接着，SPI对该公司的客户、该公司的销售团队管理层以及基层销售人员进行了深入的沟通与访谈，并在不需要该公司的销售团队对前述行业有深度的销售和工作经验的前提下，SPI为他们开发了一套学习内容，以帮助销售团队了解并掌握这些行业的客户基本情况、供应链现状与采购需求，与此同时，为该公司提出有深刻洞察力的解决方案。我们的目标是在普通销售人员没有相关行业背景的情况下，通过培训帮助他们建立起系统性的知识库，可以与客户方的主要负责人进行沟通。不仅仅只作为销售人员，SPI更帮助该公司的销售团队承担了客户顾问的角色，来帮助客户解决问题，而不是硬性销售。</p>
<p>服务成果</p>	<p>SPI帮助该公司开发了收集和分析新客户信息的最佳实践，并且基于这些信息，SPI同时帮助该公司制定了有效的行动计划，以激发新客户的新兴趣。最重要的是，SPI使该公司的销售团队管理者可以时刻追踪新的商业机会进展情况，以便做出及时和精确的销售决策。目前，该公司的销售人员已经形成了统一的新客户接待方式和销售管理语言体系，大大提高了销售管理的效率。该公司的绝大多数大客户经理都参加了SPI的培训，并且在3个月的培训执行期间，成功实现了从3个客户中创造逾千万新商业机会的成果。</p>

### 客户案例二：

<p>所提供的服务类别</p>	<p>销售培训</p>
<p>客户公司性质</p>	<p>民营</p>
<p>客户公司行业</p>	<p>能源动力</p>
<p>客户当时的需求</p>	<p>该公司是一家典型的中国企业，发展非常迅速。由于在技术方面具有早期竞争优势，并且企业负责人在销售方面经验丰富，因此其业务在前2-3年内表现良好。但随着企业规模逐渐扩大，销售生产率开始下滑。尽管销售人员数量在持续增长，但主要销售工作仍然由企业负责人完成。企业负责人的在销售方面的成功无法复制到销售团队，整体业绩无法得到提高，因此，这就造成了负</p>

	<p>责人成为了业务量最多最繁忙的人,而其他销售人员则无处可用。企业的需求,就是希望建立起一套可衡量、可重复和可扩展的有效销售方式。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>在SPI和该公司项目团队的共同努力下,结合企业负责人的成功实践经验,我们为该公司开发了一套行之有效的市场销售方案。SPI将所有销售活动都纳入了标准销售流程,以便新入职的销售人员可以直接遵循该流程进行操作,以提高工作效率。基于新的销售流程, SPI同时为销售团队开发了相应的销售工具,以提高销售效率和销售效用,销售工具中的对话框架模型能够根据销售人员在销售闭环中的角色定位,来指引销售人员的语言行为模式。</p>
<p>服务成果</p>	<p>培训结束后3个月,企业负责人收到了一些重要客户的反馈,对该公司销售团队的专业度给与了认可:销售团队所完成的工作并不是售卖,而是一个帮客户解决问题的过程。由于提升了整体销售团队的专业度,企业在接下来的5个月里完成了总额数百万的业绩;同时,企业内部的销售会议效率也在逐步提高,不再需要花费大量的时间来进行分工,这使得销售管理者能够更高效地进行业务管理。</p>

**客户案例三:**

<p>所提供的服务类别</p>	<p>销售培训</p>
<p>客户公司性质</p>	<p>外商独资</p>
<p>客户公司行业</p>	<p>专业性服务(如法律,公关,教育等)</p>
<p>客户当时的需求</p>	<p>该公司是一家总部位于德国的全球性公司。近年来中国经济增速飞快,但该公司在中国的业务却没有相应提升,年增长率仅仅停留在一位数,而企业高层管理人员希望以两位数的速度增长。企业有自己的内部大学,并且已经做了一系列销售培训,但没有带动任何有效结果。该公司的产品线和内部架构非常复杂,业务部门和销售部门的工作方式完全不同,而且由于业务中间管理的复杂性,使得销售工作无法被追踪和监督。因此,企业的需求就在于想要明确其内部存在的问题,以实现期待的业务增长速度。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>SPI将该公司的所有业务部门组合在一起,并尝试在它们之间找到共性。尽管所有业务部门都认为其具有独特性,但SPI最终将企业业务缩小到两个销售流程。基于这两个新的销售流程, SPI为每</p>

	<p>个业务部门开发了相应的销售工具，使销售工作可以有效展开。然而，为了完成销售过程中的所有活动，销售人员可能需要了解10种不同的销售技巧，这对管理者来说是一个很难去监控和管理的过程。因此，SPI对该公司的销售管理层和基层销售人员进行了销售技巧分析，确定出了其中最薄弱的三个领域，并开发了专注于这三种特定销售技巧的培训内容。同时，SPI还以实现这三种特定技能为目标，为该公司的销售管理层建立了辅导方案，以便随时监督并辅导销售人员的行为方式。</p>
<p>服务成果</p>	<p>目前，该公司不同业务部门的销售团队都实行着统一的工作和管理方式，大大提高了工作满意度和效率；同时基层销售人员和销售团队管理层也在使用统一的销售管理语言系统，使部门间的人员流动更轻松；而且这种工作方式和语言的一致性，对于基层销售人员来说也会让他们更加清楚管理层的期望和需要销售人员汇报的内容。基于以上几点变化，该公司实提高了其销售效率，在过去的两年里，成功实现了两位数的业绩增长标。</p>

档案内容更新2019年7月