

上海倍晟企业管理顾问有限公司

企业详情

企业官方注册名称：上海倍晟企业管理顾问有限公司

企业常用简称（英文）：Empassion Management Consultancy Co., Ltd

企业常用简称（中文）：波特·亨利专业销售培训

所属国家：中国

中国总部地址：上海长宁区空港一路89号高璐商务楼

网址：www.em-passion.com

所属行业类别：销售培训、教练技术培训

在中国成立日期：2005年7月11日

在中国雇员人数：6

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）、汽车及零部件、机械制造、化工与石化、电子电气

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	外商独资
客户公司行业	机械制造
客户当时的需求	<p>客户某事业部的KA客户占比较大的销售额，多的占总业绩的100%。所以提高大客户管理的能力至关重要，课前调研得知学员遇到几个难点：</p> <p>销售团队相对比较成熟，平均年龄都在35岁左右，基础的销售技巧都已熟悉，比较欠缺大客户维系和管理能力。</p> <p>KA销售人员对外如何开发潜在的机会，对内如何调动资源。</p> <p>从固有的销售思维转变成战略思维，如何接近对方不同层级的人。</p>

	通过什么样的工具和流程帮助KA销售管理现有的大客户。
具体服务内容	<p>服务课程为：大客户管理 通过培训得到一套KA客户管理的工具流程 案例、流程、知识结合，教会销售人员掌握KA管理的方法 销售人员学会KA管理技巧后能够形成一套KA管理套路</p> <p>共性：课程中的案例与学员所卖产品非常吻合，学员学完后就能立刻运用到自己大客户身上。 实战：案例会贯穿整个课程，让学员通过案例更加深入了 解战略性业务的经营及管理方式。 实用：通过课程中的学习，学员掌握大客户的行动计划和管理方案，在每一个月的销售管理例会上和销售主管一起研讨大客户的管理进程，使 大客户的管理工作更加的系统和体系化。</p>
服务成果	<p>课程结束后学员及各领导好评如潮，因为整个课程理论加落地结合，销售人员从片段性战术销售转变为战略性销售。用一个与实际产品非常吻合的案例贯穿整个课程，课程当中让学员从报告和练习当中理解维护发展大客户的流程、套路进行战略性业务机会分析，并完成KA客户未来三年的业务发展计划。整个课程实战、流程、落地性非常强。</p>

客户案例二：

所提供的服务类别	销售培训
客户公司性质	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>公司希望从销售队伍中选拔出几位合适的管理者并培养相应的知识技能，从而促进团队及公司的发展。</p> <p>因此，公司计划针对这些销售人员进行管理培训和筛选。先通过知识的传输，让他们知道作为一名管理者需要具备的能力，包含：角色的转变、如何管人（比如：刚提拔上来的管理者带人时可能有些底气不足，如何做）、教导人、心理学等等。并且潜移默化引导培训学员了解到销售人员职业发展不一定只有往管理职务方向，成为专业业务代表也是正途。同样地，一但选择往专业发展，未来也要面对被别人管，甚至于是被比自己年纪轻的人管，心里要有准备。</p>

<p>具体服务内容</p>	<p>服务内容：调研+测评+培训（销售人员工作职责与辅导技巧）</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、销售主管系统知识、理论的传输 2、角色扮演和case study（课程中能够有1-2个角色扮演，培训结束后有测试，根据课程的知识点做纸质测试。 3、通过在培训过程中的蛛丝马迹作为评选管理者的参考。 4、课程会相对侧重其中作为主管的一项重要工作与能力，那就是教练辅导能力。
<p>服务成果</p>	<p>达到了客户的期望，大领导非常满意，让公司充分了解哪些适合提拔为主管，并且前期的测评也让内部了解每个人员的性格、擅长、优势等…</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>民营</p>
<p>客户公司行业</p>	
<p>客户当时的需求</p>	<p>当时想给他们的销售管理者做些管理培训，希望我们做成系列的但是经过我们调研，当前销售主管还承担了很多销售的任务，下面的销售人员更多做的是签单后的执行或者现有客户的服务工作。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>经过我们沟通，我们希望在：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1， 管理意识上达到一致，让他们理解作为公司的分公司经理和销售负责人的角色，在企业上呈战略的环节中起的重要内容 2， 管理理念也认可，认为在管理销售队伍上需要系统化 3， 学习了一些系列专业的销售套路和科学的辅导套路
<p>服务成果</p>	<p>在组织内部开了一次成功的培训好头 作为一个追求业务高增长的公司，这是一次不容易的学习思考的时机 公司内部作为管理者，让我们感受到了他们的好学和对知识的渴慕 为下次销售人员的销售技巧的系统提升打造了良好的管理土壤。</p>

客户案例四：

所提供的服务类别	销售培训
客户公司性质	外商独资
客户公司行业	
客户当时的需求	作为一家世界500强的金牌经销商，在经过多年顺利发展以后，目前遇到了瓶颈。过去大部分的生意来源是卖给下游加工厂再由加工厂初会给终端客户。现在成长趋缓，受到了同行竞争利润挤压，需要销售团队具备直接销售给终端客户的能力。同时业务人员更迭快，士气低落。
具体服务内容	首先全部销售团队导入第一阶段以顾客为中心销售技巧 SAI I 课程培训 加上销售主管的实地拜访带教技巧FC。同时马上接着落地应用。落地的应用指的是，1. 在拜访前要求他们完成拜访前计划表格。 2. 每一个月业务代表都需要缴交一份拜访前的计划，以及跟主管联合拜访主管填写的另外拜访评估表。3. 顾问落地辅导。 第二阶段是新客户开发流程管理PFNB，加上顾问落地辅导。 第三阶段是战略式业务开发SBD。辅导1. 挑选公司战略级别客户；2. 系统搜集客户资料 3. 拟订战略客户3年规划与1年行动计划。
服务成果	1. 公司销售人员终端客户开发能力提升，终端客户营业额提升30%以上。 2. 公司新客户获取量大幅提升至少50%，每位销售人员根据新客户开发计划执行，公司有信心完成指标。 3. 公司2019营业额在如此严峻经济环境下，逆势成15%以上，利润攀升。 4. 公司决定继续与某公司签约一年，除了强化之前学习与应用以外，1. 更进一步辅导战略客户1-3年开发经营计划；2. 辅导提升销售主管带团队能力与绩效。

客户案例五：

所提供的服务类别	教练服务
客户公司性质	外商独资
客户公司行业	
客户当时的需求	作为一家想要创建教练文化的多元化外资公司，管理层期望其销售管理者们可以看到过去的指令式管理模式不再适应现今新世代员工的需求，逐步培养销售经理者教练式的管理风格，以提升整

	个销售团队的战斗力和绩效，从而帮助他们应对越发激烈的市场竞争状况。
具体服务内容	使用PMC一套得到科学验证的测评，在正式教练会谈前，进行180度评估，得到每位学员的个人报告，基于报告与教练进行每月1次的一对一教练会谈，7~9个月后再次180度评估，生成前后对比的个人评估报告，且提供企业后续人才晋升的数据参考。同时，中间有一整个团队作为后勤service 团队，提供各种增值服务，同时由于用于区别于市场的流程体系，可以帮助客户的高层掌握了解结果
服务成果	结果可量化的教练服务，一整套完善的项目服务流程，最后客户的亚太区销售总监赞誉结果大大超出了他最初的期望值，客户内部统计结果证明参与该项目的销售经理所带领的团队的销售业绩确实也与该学员的教练后期结果呈现正相关的结果。同时推荐给旗下另外2个独立预算的业务组织，目前总共7轮总计超过接近100位的业务主管参加，同时新增了服务日韩德等外籍业务主管。

客户案例六：

所提供的服务类别	教练技术培训
客户公司性质	外商独资
客户公司行业	
客户当时的需求	希望通过教练的模式帮忙销售主管提高管理能力，从而带领提升其团队能力
具体服务内容	使用PMC一套得到科学验证的测评，在正式教练会谈前，进行180度评估，得到每位学员的个人报告，基于报告与教练进行每月1次的一对一教练会谈，7~9个月后再次180度评估，生成前后对比的个人评估报告，且提供企业后续人才晋升的数据参考。同时，中间有一整个团队作为后勤service 团队，提供各种增值服务。
服务成果	结果可量化的教练服务，一整套的服务流程，其中一位学员与另一位学员在项目之前存在人际关系问题，项目结束时，2位的关系得到了改善，最后客户的中国区MD很满意，且目前正在考虑再选择一些学员继续参与。

档案内容更新于2020年11月