

## 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  
 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>公司发展迅速，销售团队能力欠缺，疫情影响又急需提高销售人员能力，组织遇到以下难点：</p> <p>1、行业发展迅速，销售人员能力欠缺。                  2、管理者不知如何管理团队                  3、疫情情况，无法举办线下课程                  4、不需要线上买卡录播课，希望有一套线上内训体系。</p>

具体服务内容	<p>服务课程为：以客户为中心销售技巧SAII、销售绩效管理、远距离辅导技巧 通过培训得到一套销售技巧及绩效管理的工具流程 案例、流程、知识结合，教会销售人员掌握销售技巧。 销售经理学会团队管理套路，流程。</p> <p>通过课前调研，与高层沟通，结合PorterHenry版权课程及客户需求量身定制。</p> <p>实用：通过前（调研）中（线上的学习）后（落地辅导），学员对销售套路和知识点流程有很清晰的了解，落地追踪讲师结合课程及学员工作中实际问题答疑沟通。</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，一对一辅导，学员及领导觉得实用性、实战性都非常好。</p>

### 客户案例二：

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>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。</p>
具体服务内容	<p>首先全部销售团队导入第一阶段以顾客为中心销售技巧 SA I 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。</p> <p>第二阶段是新客户开发流程管理PFNB，加上顾问落地辅导。</p> <p>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。</p>
服务成果	<ol style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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</li> </ol>

	<p>户开发计划执行，公司有信心完成指标。</p> <p>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。</p> <p>4. 虽然有疫情，在2019成功的做了第1年的辅导，培训和咨询之后，2020年，我们又续签订单，同时也还增加了项目，包括新客户开发的培训和咨询辅导，以及培养SAII内部的内部讲师。</p> <p>在2021年又续签进行到第3年。</p> <p>2021年最主要部分就是要帮助公司转型从原本依赖渠道销售，转变为更多直接从终端顾客拿到订单，增加对终端顾客的影响力和掌控力。</p>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### 客户案例三：

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	零售业与电子商务
客户当时的需求	<p>随着电商时代的来临，传统的销售模式已无法占领市场大的份额，但在新一轮又一轮的电商酣战中，步伐较慢的公司销售压力越来越大，如何从传统的模式中尽快赶上步伐是公司的急中之急，希望让销售团队了解现今市场的电商销售模式，流程，方法。</p> <p>1、公司在design电商的一个整个战略的时候，市场上有些什么经验，包括哪些是公司需要考虑的因素，对于电商的不同渠道，产品设置方面有一些怎么样的综合考量的地方。</p> <p>2、一些主流的整个电商市场趋势，以及新的引流的玩法，适用于公司的一些定位等大方向，然后想订一个这种strategy，因为现在公司盘子很散。之前电商的负责人，product line都突然间离职，然后现在整个就等于说是想重新定一下这些位置，还有就是看一下未来的这个蓝图的规划，从中讨论出一些新的主流电商的一些方式。</p>
具体服务内容	<p>方法：获得最新的电商产品类规划体系，以数据为导向的知识模型</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 创造：引导自身挖掘关于电商产品的想象力、成为一个对用户对产品敏感的人</li> <li>● 营销：建立一套全新的多渠道电商平台的运营体系及合作伙伴赋能体系</li> <li>● 剖析：对自己原有电商模式及爆品推广进行一次完整复盘</li> </ul>

服务成果	达到了客户的期望，领导非常满意，让公司充分了解疫情后的电商时代模式，如何打造爆款，电商爆款的研发和选择。
------	------------------------------------------------------

**客户案例四：**

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	机械制造
客户当时的需求	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。
具体服务内容	经过我们沟通，我们希望在： 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
服务成果	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。

档案内容更新于2021年5月