

上海衍畴企业管理咨询有限公司

企业详情

企业官方注册名称：上海衍畴企业管理咨询有限公司
 企业常用简称（英文）：PPI Consulting
 企业常用简称（中文）：PPI 衍畴咨询
 所属国家：中国
 中国总部地址：上海
 网址：https://www.ppish.com/

所属行业类别：领导力发展培训、销售培训
 在中国成立日期：2011年
 在中国雇员人数：18

业务详情

1、主要客户所在行业：互联网与游戏业、零售业与电子商务、机械制造、运输及物流、房地产业

2、曾服务过的客户案例

客户案例一：

所提供的服务类别	领导力发展培训
客户公司性质	国有
客户公司行业	房地产业
客户当时的需求	<p>1、公司内外变化：地产行业面对新常态疫情形势下引发的市场变化和挑战时，如何提升公司的效率；客户企业人才资本的要求迫使组织追求提升管理效能，从而带动生产效率，增效降本；公司的业务持续增长要求提升，对于组织效能提出更高要求。</p> <p>2、领导力发展需求：“新任经理发展项目”作为我司常年为客户提供服务，且系客户领导力发展体系中的重要组成部分，已成功开展运营至11</p>

	<p>期；基于公司领导力模型及组织更高要求，项目需进行迭代提升。</p> <p>3、基础经理再定位：基层经理需在组织中承担基层团队的企业文化布道者，强化自身为一线绩效责任人的认知，并培养成为基层员工的领导者。</p> <p>4、客户现状与需求：专业能力强，但对管理角色的定位认知不够；一线管理者系统性管理知识结构提升；业务情境中管理行为规范化、有效性。</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>【项目概述】</p> <p>针对集团范围内的新任经理，帮助建立统一的管理语言、形成统一的管理模式（包括管理平台、管理流程和规范的管理行为）。该培养项目旨在通过“学以致用、学练结合”的方式，通过4个月的时间，提升目标学员群体的科学管理能力。本期学员共49人。</p> <p>PPI 衍畴咨询在本项目中严格遵循独有的咨询式服务流程 D. E. V. E. L. O. P. Model，落实“轻咨询+培训学习+干预指导+知识沉淀”组合拳保证学员学习效果与送新学员体验。完整项目服务包括前期诊断项目需求、定制化项目设计、执行方案&推动学习、跟踪在岗实践、阶段性项目成果反馈&评审、项目总结汇报&沉淀。</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 在前期项目需求诊断阶段，便与客户企业达成策略上的深度共识，在洞悉客户行业、业务目标、内外部环境等方面的基础上，为客户企业诊断现存痛点并匹配量身定制的项目方案及学习内容。 <input type="checkbox"/> 项目实施分为培训与实践两部分，并全程运营游戏化。在培训阶段，通过多样化学习方式，如预学习、游戏化学习通关、集中学习、工作坊等让学员群体掌握专业管理知识和技能；实践阶段，全程跟踪学员在岗实践，定期回顾与指导干预，根据客户实际业务情况产出客制化报告及业务场景实践方法论。 <input type="checkbox"/> 后期持续跟踪、沉淀学习效果，自有顾问团队对学员群体进行1-2月的持续追踪，通过答疑、辅导等来帮助学员巩固学习成果，落地管理实践。
<p>服务成果</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 1套完整项目VI工具包、学习物料 <input type="checkbox"/> 输出49份业务管理实操改进案例集，构建组织沉淀 <input type="checkbox"/> 1份学习全过程记录报告（学习日志） <input type="checkbox"/> 管理知识点工具手册 <input type="checkbox"/> 1份项目总结报告 <input type="checkbox"/> 帮助49名学员构建、优化个人管理模式，助力个体与组织提升科学管理能力

客户案例二：

所提供的服务类别	领导力发展培训
客户公司性质	外商独资
客户公司行业	游戏化学习解决方案



<p>客户当时的需求</p>	<p>1、疫情之下传统工业的效率提升存在挑战 2、降本增效的追求，组织希望通过提升管理效能带动生产效率 3、随着公司在国内市场的业务发展，组织在领导力梯队建设上有更多需求和更高要求，尤其是销售管理团队的梯队建设 4、提升一线管理者的管理知识结构、规范化管理行为，并提升组织内的人际影响及团队协作能力</p>
<p>具体服务内容</p>	<p>【项目概述】 该领导力发展项目旨在帮助提升与强化集团公司销售团队的科学管理能力，优化销售管理团队的人才梯队建设。该项目历时3个月，采用“线上+线下统训”与“学战以练”等多种学习方式，共15位销售经理参与。 衍畴团队依旧采用咨询式服务流程开展项目实施，服务内容包括两大部分：专业顾问授课+学习全过程管理，服务流程严格遵循自有D. E. V. E. L. O. P. Model。顾问授课包含五大精品课程，如《管理者的角色认知》、《绩效驱动》、《辅导反馈与激励发展》等，以及两大专项工作坊；学习全过程管理则包含—— 项目准备阶段的访谈、调研；学习准备阶段的预学习、案例讨论学习、管理困惑引导等；学习过程中专业团队测评工具的引入与使用；在岗实践阶段的过程记录与反馈等；项目结案阶段的报告、评估，以及结业后的持续跟踪与分享等。</p>
<p>服务成果</p>	<p>该项目帮助学员实现管理者角色认知与角色的转变（思想意识、知识结构、管理行为）；促进学员之间对管理与领导力实践的了解与交流，加强互动，促进同伴之间相互学习；优化和迭代针对基层销售经理的训练方式，提升销售团队人才培养体系的速度和质量。培养一批胜任的基层销售经理的同时，对高潜人才做一次初步的盘点，优化和迭代培养基层经理的方法论。</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 15份SAIL实践案例 ➢ 1套符合品牌调性的VI系统与物料 ➢ 项目完整过程记录报告 ➢ 项目结业报告 ➢ 定制化管理知识点工具包 ➢ 提升销售业务目标阶段性达成率

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>机械制造</p>
<p>客户当时的需求</p>	<p>作为技术领先、品牌卓越的全球性跨国企业在中国地区的分公司，业绩始终是业内领导者的地位。公司充分认识到企业要发展，争取到在总部的业务发言权，须开拓发展其业务在大中华地区可持续性的发展。 1、公司内部变化：销售团队的组织结构调整</p>



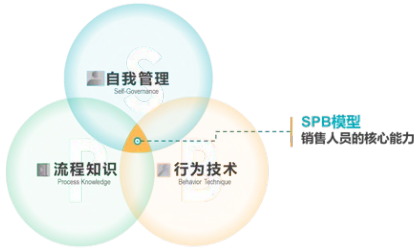
	<p>2、业务发展需求：调整后的销售团队直接面临的业务挑战：在中国开拓新市场。需要在短时间内甄别新的目标市场，寻找发挥自身核心竞争力协助客户解决问题的机会，需要新的、完整的销售体系。</p> <p>3、销售能力发展要求：完成从Farmer到Hunter的转变</p> <ul style="list-style-type: none"> • 共同的销售语言和销售风格的整合 • 搭建适应公司新战略 - 开拓新市场的销售体系和框架 • 统一并提升销售队伍的专业销售技能
<p>具体服务内容</p>	<p>【项目概述】</p> <p>该项目系针对全体销售人员进行销售核心技能的系统性提升的学习项目，历时3个月。学员共30人。</p> <p>该销售学习项目设计围绕PPI 衍畴咨询团队自主研发的知识产权内容SPB模型®：专业销售人员的核心能力而展开，即自我管理Self-Governance、流程知识Process Knowledge、行为技术Behavior Technique。以SPB模型®为基石，根据不同层级销售人员的工作场景搭建学习内容，所呈现出的是在S-P-B三个维度上的视角与深度差异，真正帮助组织提升销售专业实践能力，由点及面地在组织中全面覆盖——该模型能系统性地在组织中进行实施，从上至下、从下至上、中层延展，保持销售语言与管理语言的各层级共通。</p> <div data-bbox="491 1055 911 1305" data-label="Diagram"> </div> <p>完整项目服务内容包括：完整项目过程包含项目准备（激发动机——初始能力、初始动机、业务课题）、知识预学习（场景真实代入、自我反思、同伴学习、专家学习与反馈）、集中学习（知识框架、学习新知、同伴学习、总结梳理）、在岗实践（应用、反思、指导、改进）、庆祝成果（阶段性成果反馈&庆祝、结业典礼）。</p>
<p>服务成果</p>	<p>培养提升&组织绩效方面</p> <p>对学员：</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 通过SPB模型（自我管理、流程知识和行为技术）的学、习、变，来提升专业销售核心能力以及商业敏锐度 ➢ 在目标客户开发与客户管理的工作中，获得可测量的行为有效性 ➢ 通过本次系统的学习项目，帮助学员学会如何学习及自我更新 <p>对组织：</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 支撑公司业务发展战略及人才培养战略 ➢ 赋能一支符合中国业务发展需求的专业化销售团队 ➢ 为结构化构建中国销售体系及其运营模式打下基础



	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 产出一批真实销售实践案例，形成组织沉淀 组织沉淀方面： ➤ 30份销售实践案例集 ➤ 知识点工具册 ➤ 升级版销售人才培养模式与学习方法策略报告 ➤ 成功助力组织识别出可进一步发展的销售高潜人员，并考虑引入进阶培养方案 品牌方面： ➤ 整套VI工具包与学习物料 ➤ 项目过程记录、宣传报告 ➤ 项目总结报告
--	--

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	机械制造
客户当时的需求	<p>面对市场环境（主要是低需求市场环境）的变化，客户销售团队不能仅仅依靠产品和服务保持持续的成长与盈利。公司必须通过整合营销、销售和实施的方式，提供能够解决客户关键业务问题的服务，从而区别于竞争对手，获得差异化竞争优势。换言之，这就要求客户销售团队能够首先“连接”客户问题和体验，其次“连接”自己的能力与客户问题，从而获得竞争优势。从以产品和服务为中心组织（Product & Service-centric Organization）转变及构建以解决方案为中心组织（The Solution-centric Organization）势在必行。</p> <p>此转变意味着各级销售人员及系统技术人员必须接受系统性的，其包括解决方案流程与方法、个人技能与知识，以及管理与支持系统方面的培养和发展。</p> <p>5、内部物流自动化行业有着自身的特点，客户管理团队对此次学习项目也提出了相对比较高的客制化要求，同时也在各方面给予衍畴咨询全面的工作配合，如前期的关键人员访谈、相关资料收集等等。从各方面点对点进行客制化准备工作。</p>
具体服务内容	<p>【项目名称】：JUNGHEINRICH 解决方案销售能力培养项目</p> <p>【项目概述】：</p> <p>该项目针对全体销售经理（含大客户经理）、高潜销售工程师以及系统支持人员等进行的解决方案销售能力的系统性提升的学习项目，历时3个月。学员约30人。</p> <p>本学习项目的设计围绕PPI衍畴咨询团队自主研发的知识产权内容SPB模型®：专业销售人员的核心能力而展开，即自我管理 Self-Governance、流程知识Process Knowledge、行为技术</p>

	<p>Behavior Technique。以SPB模型®为基石，根据客户销售团队的实际状况，以及针对国内内部物流自动化行业的特点进行了进一步地量身定制。以《解决方案销售》为核心主线，特别强调了如何想关键决策层销售、如何做好销售线索规划以及销售机会评估管理，以及协同销售等方面的重要内容，这些强调部分正是客户销售团队在这次转型过程直面的挑战，因此，有着极其重要的现实意义。</p>  <p>完整项目服务内容包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 项目准备：Everything DiSC Sales 测评和“情景应变力”测评（激发动机——初始能力、初始动机、业务课题） 2. 知识预学习：线上案例讨论及微课推送，共三次每次将近1.5小时（场景真实代入、自我反思、同伴学习、专家学习与反馈） 3. 集中学习：三次，每次两天集中课堂学习（知识框架、学习新知、同伴学习、总结梳理） <p>在岗实践：工具应用，实践记录提交，线上辅导等（应用、反思、指导、改进）、庆祝成果（阶段性成果反馈&庆祝、结业典礼）。</p>
<p>服务成果</p>	<p>培养提升&组织绩效方面</p> <p>对学员：</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 通过SPB模型（自我管理、流程知识和行为技术）的学、习、变，来提升专业解决方案销售能力以及商业敏锐度 ➢ 在目标客户开发与目标项目的管理工作中，获得可测量的行为有效性 ➢ 通过本次系统的学习项目，帮助学员学会如何学习及自我更新 <p>对组织：</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 支撑公司业务发展战略及人才培养战略 ➢ 赋能一支符合客户业务发展需求的专业化销售团队 ➢ 为结构化构建客户内部物流自动化项目销售体系及其运营模式打下基础 ➢ 产出一批真实销售实践案例，形成组织沉淀 <p>组织沉淀方面：</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 30份销售实践案例集 ➢ 知识点工具手册 ➢ 升级版销售人才培养模式与学习方法策略报告

	<ul style="list-style-type: none">➤ 成功助力组织识别出可进一步发展的销售高潜人员，并考虑引入进阶培养方案 <p>品牌方面：</p> <ul style="list-style-type: none">➤ 整套VI工具包与学习物料➤ 项目过程记录、宣传报告➤ 项目总结报告
--	--

档案内容更新于2023年8月