

上海迥晟管理咨询有限公司

企业详情

企业官方注册名称：上海迥晟管理咨询有限公司

企业常用简称（英文）：Josen Consulting

企业常用简称（中文）：迥晟咨询

所属国家：中国

中国总部地址：上海市瑞金南路500号2号楼209室

网址：www.josenconsulting.com

所属行业类别：领导力发展培训、销售培训、个人能力发展、教练技术培训、专业能力发展

在中国成立日期：2017.1.6

在中国雇员人数：12

业务详情

1、主要客户所在行业：耐用消费品、生命科学（如医药，医疗器械等）、汽车及零部件、零售业与电子商务、金融服务（如银行，保险，财富管理等）

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	生命科学（如医药，医疗器械等）
客户当时的需求	<p>在医疗集采背景下，医疗企业正在面临更激烈的行业竞争。企业的战略是通过产品组合的整体解决方案，在当地构建起新的商业模式，提高产品在医院的渗透。整个销售团队需要用新的打法，新的思维，团队整合协同的高速率达成业务，涉及创新准入能力，协同效率，企业家精神等核心能力</p> <p>整个企业高管团队都一致认为，整体解决方案销售是发展方向，为了实现这一战略目标：</p>



	<ul style="list-style-type: none"> ● 企业需要培养一批能够有意愿推动转型、协调各方资源、带领销售团队、吸引优秀经销商，创造性地在当地建立新商业模式的大区经理，创建创新转型销售标杆团队，支持新业务模型的目标医院的达成 ● 打造创新的产品服务组合解决方案（AI产品，软件，服务），加速准入医院实战落地规划，实现新业务模式下的运营流程的0-1搭建 ● 唤起整个组织对商业模式转型的支持，让医学专家、客户、产品、营销一起参与进来，解决前线遇到的挑战，培养敢于试错的组织文化，凝聚组织的力量一起推动转型
<p>具体服务内容</p>	<p>在大区经理的领导力培养层面，着重关注以下能力：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 伙伴关系：展示人际敏感，快速获取利益相关方信任，建立更高、更广的人际网络 ● 创新能力：获取深度用户洞察，突破惯性思维，创造性解决问题 ● 商业敏感：能够逻辑分析业务数据，进行业务分析和规划，生成未来的商业洞察 ● 专业影响：具备专业学术力和品牌呈现，进行商业价值陈述  <p>在整个项目分为两个部分，第一部分是“商业模式创新”，第二部分是“经销商重塑”。在整个项目设计中，突出了以下4个优势：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 聚焦战略和业务创新，敢为人先，并带来可持续的商业价值结果和影响力（行业领先） ● 以创新共创的形式，让销售经理看到未来战略的可行性，培养一支支持转型的先锋队，以更大的业务蓝图激发组织支持转型的态度 ● 以方案落地的形式，在实战中培养大区经理的各项能力 ● 通过行业专家、内部分享、组织资源调动，组织结构流程和KPI调整支持大区经理的实践和方案落地，将成功经验复制到整个组织 ● 让医学专家、客户、产品、营销参与到方案的共创、迭代和落地过程中，共同促进商业模式的转化

	<p>阶段一：商业模式创新</p> <p>在这个阶段中，通过设计思维的《深度洞察和创新工作坊》，生成各地的创新的产品组合解决方案，并通过《商业模式落地》的共创研讨，生成各地销售团队落地的具体策略。</p> <p>在具体实施的过程中，我们为大区经理制定了访谈提纲，并让他们在工作坊前每个人访谈10个用户，并邀请最重要的那个客户参与工作坊的研讨。真实用户的声音，让他们看到了新商业模式的机会，并能够走出企业内负面声音的影响。在创新解决方案的共创中，医学专家、产品、营销等部门的成员，会对客户提出的建议，有更进一步的了解，并在后续的迭代过程中进行调整和优化。</p> <p>在这一阶段结束时，40多位销售经理向总经理做了方案落地与汇报。每个大区经理，选择最佳的方案，带领自己的销售团队在目标医院进行落实。在3个月的实践中，有1/6的团队成功地打开了局面，影响人医院准入的决策人，实现了新产品组合的商业模式突破。</p> <p>阶段二：经销商重塑</p> <p>这一阶段的重点是经销商合作伙伴关系的重塑，吸引与管理符合标准的优质在地渠道合作伙伴，协同企业建设生态合作伙伴关系。</p> <p>《经销商重塑》着重培养大区经理，如何与经销商建议合作关系，在谈判时获得双赢，并时利益最大化，以支持企业的新商业模式。</p> <div data-bbox="555 1240 1414 1509" data-label="Diagram"> </div> <p>在项目准备阶段，我们协同内外部渠道，整合各方信息，提炼行业知识，定制相关工具。在工作坊中，我们带着大区经理一起共创资源优势汇总和经销商管理流程、FAB和销售话术，确定商务合同的相关条款，行业销售专家为大区经理在经销商关系重塑中提供手把手辅导。</p>
<p>服务成果</p>	<p>在大区经理的培养和业务转型过程中：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 通过引入多方视角，让大区经理看到了未来转型对组织和个人发展的意义，激发了销售团队对转型的支持 ● 这个过程中，大区经理通过调动了各方资源，积极推动新商业模式的实现，在这个过程中，提升了伙伴关系、创新能力、商业敏感和专业影响



	<ul style="list-style-type: none"> ● 共创了支持终端业务达成的大量工具和支持文档，重新梳理了内部协作流程，支持了大量销售团队在当地的业务推荐和经销商重塑 ● 为下一步成功经验的复制、销售能力的评估和发展、内部转型的准备做好扎实的准备
--	--

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	耐用消费品
客户当时的需求	<p>客户旗下有多家不同领域的子公司。为了构建生态型组织，培养多元化的高管人才，客户首次尝试赋能诊断平台各公司的人才，作为总经理继任人才的选拔项目。在组织变革的期间，继任人选需要提升自我认知，从团队融合到跨部门合作搭建团队的能力，也需要掌握承接业务挑战的能力，在领导力、经营能力和商业视角等方面更多成长，学会引领变革、执行变革，激励、影响和巩固组织创新战略。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 希望客户的人才能够具备以下三个能力：自我觉察，创新以及具备战略思维。我们需要对变化有更敏捷的反应，助力公司有更好的发展。 2. 希望各Opco的人才能够有共同学习的机会，通过和导师们的共创和成长，在诊断平台有更加广阔的发展。
具体服务内容	<p>第一阶段：帮助学员通过了解自我领导力风格，从情商领导力，高绩效团队组建，到多元包容领导者三个维度提升团队管理能力。</p> <p>第二阶段：帮助学员提升战略领导力，分别从战略思维和创新思维中探索行动学习计划及确定各学习小组的项目商业模式。</p> <p>第三阶段：通过商业实战模拟帮助学员提升自己的运营领导力，并结合各自小组的项目，设计出多元的项目落地方式。</p>
服务成果	<p>客户诊断平台会持续对人才的关注和培养，通过诊断平台精英项目为学员们提供了解不同Opco业务的机会。19个学员组成的四个创新小组完成了方案的设计与实验，用一年的学习旅程，向组织高管、更向方案的利益相关者们交出答卷。</p> <p>第一阶段情商与包容领导力为期3天的课程中，每个团队都能紧密协作，共同应对真实领导力场景中的挑战，通过角色扮演，将复杂的理论分解和提炼，同时逐步聚焦和落地自己的领导力行为。在共创中碰撞出的层出不穷的“点子”让每位学员都深刻感受到</p>



	<p>“原来我是这么有创造性”。</p> <p>第二阶段战略领导力的学习，提升纵向客户维护开发能力提升，横向资源协调和跨部门影响能力，调整新的组织架构与销售角色，形成内部落地打法，推动组织能力和变革准备度提升，现场行为转化与销售团队思维转化。</p> <p>第三阶段运营领导力的学习，大家能通过分析所搜集到的商业领域的相关资讯，敏锐地洞察行业以及市场的新动向、新趋势，从中洞察和捕捉新的商业机会。</p> <p>迥晟的实战项目输出形式，让 19 位总经理继任后备人选在学习过程中，与各 Opco 高管得到充分交流与成长；让学员们在真实场景中思考摸索创新的应对方法。</p> <p>高管一致认为迥晟成功地帮助客户的人才拓宽视野，加速成长，并且也期待有更多来自不同Opco的学员加入到诊断平台精英项目中。</p>
--	--

客户案例三：

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	快速消费品
客户当时的需求	<p>这家跨国医疗企业的非公医疗销售团队，在新的业务战略中，需要向民营私立医院客户进行整体解决方案的推广。整体解决方案推广对一线销售经理在洞察需求、创造性解决问题、协调组织资源三个核心能力方面有非常高的要求。</p> <p>2022 年，《非公医疗销售经理能力提升》旨在帮助大区销售经理能够实现以下四点突破：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 以人为本，挖掘客户需求：深刻与透彻地理解民营大客户所反馈的问题，挖掘客户痛点，洞察用户需求 ● 提出创造性的解决方案：清晰了解企业内外部资源，打破壁垒，提出创造性解决方案 ● 成为值得信赖的业务顾问：超越产品销售与需求匹配，成为大客户值得信赖的业务顾问，与客户形成战略合作关系 ● 影响关键利益相关者：整合资源，联动内外部关键利益相关者，助力解决方案的实际落地 <p>在实际的业务推进中，需要实现以下成果：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 训战结合，在真实项目挑战中，深刻体察客户需求，形成统一的销售语言与设计思维技巧 ● 从客户洞察提炼创新的业务模式，以设备和服务创新解决方案，针对客户痛点主推业务，支持业务扩展与销售效率提升

<p>具体服务内容</p>	<div style="text-align: center;">  </div> <p>整个项目分成3个阶段：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 第一阶段：通过设计思维深度洞察客户需求，并将创新解决方案转化为可行商业模式 ● 第二阶段：通过大客户管理工作坊，提升销售经理的咨询式顾问技巧，驱动与影响关键利益相关方，进行客户分析，明确战略目标 ● 第三阶段：通过变革管理的工作坊，学习变革的关键策略和步骤，并结合业务战略产出4个销售落地计划 <p>整个项目的核心亮点：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 聚焦核心挑战—为非公销售共创策略 ● 真实视频研讨—深度模拟真实还原客户场景，还原KOL需求 ● 创新设计思维导入—以人为本转化业务新模式设计 ● 采访真正KOL—引入多方内外部关键利益人共创准入方案 ● 内外部导师—业务与引导专家共同辅导点评 <p>在项目准备阶段，我们完成以下准备：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 核心管理期望共识（高层会议） 2. 学员摸底（调研） <ul style="list-style-type: none"> • 学员问卷 • 学员与高管电话访谈 3. 管理现状汇总内部参考 <ul style="list-style-type: none"> • 了解现状，战略 • 聚焦痛点 • 课程定制做准备 <p>第一阶段：深度用户洞察与商业模式设计工作坊 我们和高管团队共同拟定了2个方面的挑战：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、如何提升销售经理管理内部资源的能力，提升团队管理的效果？
---------------	---

	<p>2、如何更好地与客户建立长期的信赖关系，成为真正的商业伙伴？</p> <p>通过邀请医院客户参加访谈，以及行业KOL（民营医院协会副理事长）意见，大区经理获得了非公医院需求的更多深入洞察，针对组织内外部挑战提出了近百个创新点子，将其中最有价值的部分整合到了新商业模式中：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、设计渠道：依照客户的偏好、效率及成本的考量来设计渠道组合的策略 2、市场就绪：为产品的上市做好准备——定价、价值定位、商机管理 3、计划评估：计算投资及费用，明确绩效指标，进行计划成功与否的检讨及报告 <p>第二阶段：大客户管理工作坊 通过3天培训，使学员能够获得以下知识和产出，根据各医院的特点，对解决方案进行细化，制定行动计划：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、了解客户发展的不同阶段 2、分析客户的决策路线与影响因素 3、掌握拓展思路的研究工具 4、完成客户分析：权威分析、性格分析、优先事项、市场定位分析 5、明确战略目标，制定行动计划 <p>第三阶段：新业务策略落地与执行工作坊 学员体验一家企业的新业务策略转型：在模拟体验场景中，学习新业务策略变化中的方法论与工具。 在研讨中，大区经理共同梳理新业务解决方案与业务模式，分析新业务变化中的阻碍，制定事业部/区域业务落地的整体计划，整合组织资源，影响利益相关方共同推动业务策略落地。</p> <p>项目期间穿插多次辅导，推动学习实践运用及实际项目产出。通过在岗实践与辅导，链接行动学习和实践应用，帮助新业务解决方案在各医院的推广和落地。</p>
<p>服务成果</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 提升纵大区经理的客户维护开发能力，横向资源协调和跨部门影响能力 ● 通过学习心得汇报、案例汇报和项目落地汇报，积累了人才培养与业务落地的成功经验，形成在岗实践案例集 ● 调整新的组织架构与销售角色，形成内部落地打法，通过变革推动协同推动落地 ● 转变与客户的短期商业关系为长期共生共赢伙伴关系

档案内容更新于2023年8月