



璞福门思（上海）咨询管理有限公司

企业详情

企业官方注册名称：璞福门思（上海）咨询管理有限公司

企业常用简称（英文）：Richardson

企业常用简称（中文）：Richardson

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.richardson.com, www.richardsoncn.com

所属行业类别：销售培训、在线和移动学习、专业能力发展、咨询服务

在中国成立日期：2010年9月9日

在中国雇员人数：35

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）、互联网与游戏业、IT信息技术，半导体及通讯、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	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	作为行业标杆企业和上市公司，客户集团总部希望中国区的业绩是可预测的同时实现平稳增长。 中国南、北、东大区总希望销售漏斗中有足够多高质量的商机；一二线销售管理者能在review的时候高效地发现问题，帮助销售人员解决问题，提升能力，达成业绩。 运营管理中心负责人认为过去一年，一二线销售经理每个月都会花费很长的时间进行漏斗管理与辅导，但是效果却非常不理想。40个销售管理者都是按照自己的理解开展工作，质量和精度都不够，辅导甚至流于形式，销



	售人员怕被责备、批评通常只把成交率高的放入CRM中。导致不能及时发现问题，有效改善和提升业绩。 客户提出的需求 • 帮助销售管理人员掌握方法，建立健康的高产出的销售漏斗，预见差距以便提前行动、准确判断销售机会状态 • 帮助销售管理人员和销售员统一销售语言，赋能销售管理人员识别技巧问题、机会问题，有针对性地开展辅导 • 帮助销售管理人员和销售员学员评估和管理商机强度，降低沟通成本，提升销售动作和销售管理动作的有效性
具体服务内容	• 南、北、东区销售团队进行2.5天的解决方案销售执行课程的导入学习，并利用最后半天进行真实商机复盘和策略更新，应用并巩固课上所学方法和工具，为赢单打好基础； • 针对销售管理者进行额外1天的销售管理与辅导课程导入学习；就常出现的问题进行分析，并开展辅导演练，赋能销售管理者掌握科学分析销售漏斗、验证机会和销售动作有效性，并对销售人员进去辅导的方法。 针对耗材销售、售后服务销售和技术支持团队进行2天的解决方案销售执行课程的导入学习，并利用最后半天进行真实商机复盘和策略更新，应用并巩固课上所学方法和工具，为赢单做好更充分地装备
服务成果	满意度： • 课程平均满意度：9.4分 • 讲师平均满意度：9.5分 • 推荐率：93% 大区总反馈： • 解决方案销售执行与销售管理和辅导的课程逻辑性强，帮助他们这些从top sales转型做销售管理的伙伴们告别点对点，个人经验为主导的辅导，辅导前的诊断和共识的达成能大大提升辅导的有效性，更有信心完善其销售管理体系 • 以客户为导向，goals mindset，identify the priorities不仅仅是解决方案执行的方法论核心，更是他们工作的方向和重点。通过这样的案例复盘一定可以让销售赢率进一步提升。

客户案例二：

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	农、林、牧、渔业
客户当时的需求	战略目标：到2023年12月底前通过对营销组织的梳理和销售的赋能提升和持续的辅导，大幅提升销售人员的能力，使销售团队的业绩能达到或接近战略预设目标，团队稳固且能高效、实时、动态地呈现销售团队的动态！计划策略：希望通过Richardson公司的协助梳理和赋能，输出客户实体业务的差距，并赋能和辅导销售团队持续提升！
具体服务内容	Richardson根据客户当前交流提出的需求进行的初步设计，具体框架如下：预计用9~12个月的时间，通过8个具体的步骤，分成3个阶段对客户销售团队进行整体梳理和赋能辅导，最终实现对客户的业务进行深入诊断并梳理，输出诊断报告和首版业务流程，并针对性设计课件，对销售团队人员进行培训赋能提升，确保销售人员的能力得到有效提升；同时对主管和高管进行高阶的销售管理培训，通过后续的辅导对团队的能力进行夯实，最终将Richardson全新设计的流程体系植入到客户的销售团队中，并固化和按需迭代提升优化！
服务成果	客户在接受了我们的辅导、梳理后，并做了一套销售组织绩效诊断SPIF™，得到了一套基于他们客户采购流程的销售跟进流程，并成功将该流程植入到CRM系统中，实现了将复杂业务进行数字化承载和管理的要求；目前他们基于该定制化的流程，进行销售人员的培训和管理，并认证了3个内部顾问，这个为他们进一步赋能销售团队，做高效且标准化的销售输出和销售团队高效管理做了非常有效的铺垫，接下来，该客户还会请我们持续为他们优化该销售流程并赋能他们的销售团队，目标是希望销售团队的管理效率和产出更具备可预测性，在同质化竞争的环境下，凸显他们的专业差异化和以客户为中心的服务特质！

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	专业性服务（如法律，公关，教育等）
客户当时的需求	以业务为导向，DSS销售的是看不见摸不着的无形产品，一种管理理念和模式，时间跨度长、价格高，采取的是顾问式销售模式来销售解决方案，帮助客户来实施并推动精益生产的管理或转型，这可谓是公司的生命线。但是面临： 1. 销售人员凭借各自经验和积累来开展业务，难以影响客户决策链上的更多关键人； 2. 需要更高效识别出哪些是可以培育和开发的高价值客户； 3. 行业竞争带来机遇和挑战，销售人员应对日益困难； 因此，计划为背业务指标的资深销售伙伴进行系列培训，如解决方案销售、大客

	户规划、高层战略对话，以及落地辅导，旨在帮助伙伴们能够更具系统的梳理方法论，以运用到实际工作
具体服务内容	实施前： 1. 与关键人员进行1v1访谈，约30-40分钟/人，以围绕DSS的培训需求、匹配此次培训的具体内容； 2. 要求参训学员需在面授课开始前完成预习模块（解决方案销售核心原则）共6个小模块的学习； 课程交付： 1. 两天共25人的解决方案销售培训课程，并提供了a.课程满意度报告; b. 下一阶段等相关段实施建议 2. 一天的大客户规划培训课程 3. 一天的高层战略对话培训课程 落地辅导： 针对公司战略层面选出来的大客户，进行大客户计划落地辅导
服务成果	• 如何使销售活动与客户的需求保持一致 • 通过社交化营销和传统方法与早期客户建立联系的方法 • 一个销售对话的框架，帮助客户对他们的问题制定一个清晰的解决方案愿景 • 如何与客户协作，共同创造商业价值 • 减轻客户对风险认知的方法 • 谈判过程中尽量减少让步的技巧 • 如何确定销售机会 • 如何提升与大客户的关系直至战略合作伙伴 如何将解决方案销售®嵌入日常工作中

档案内容更新2024年09月