

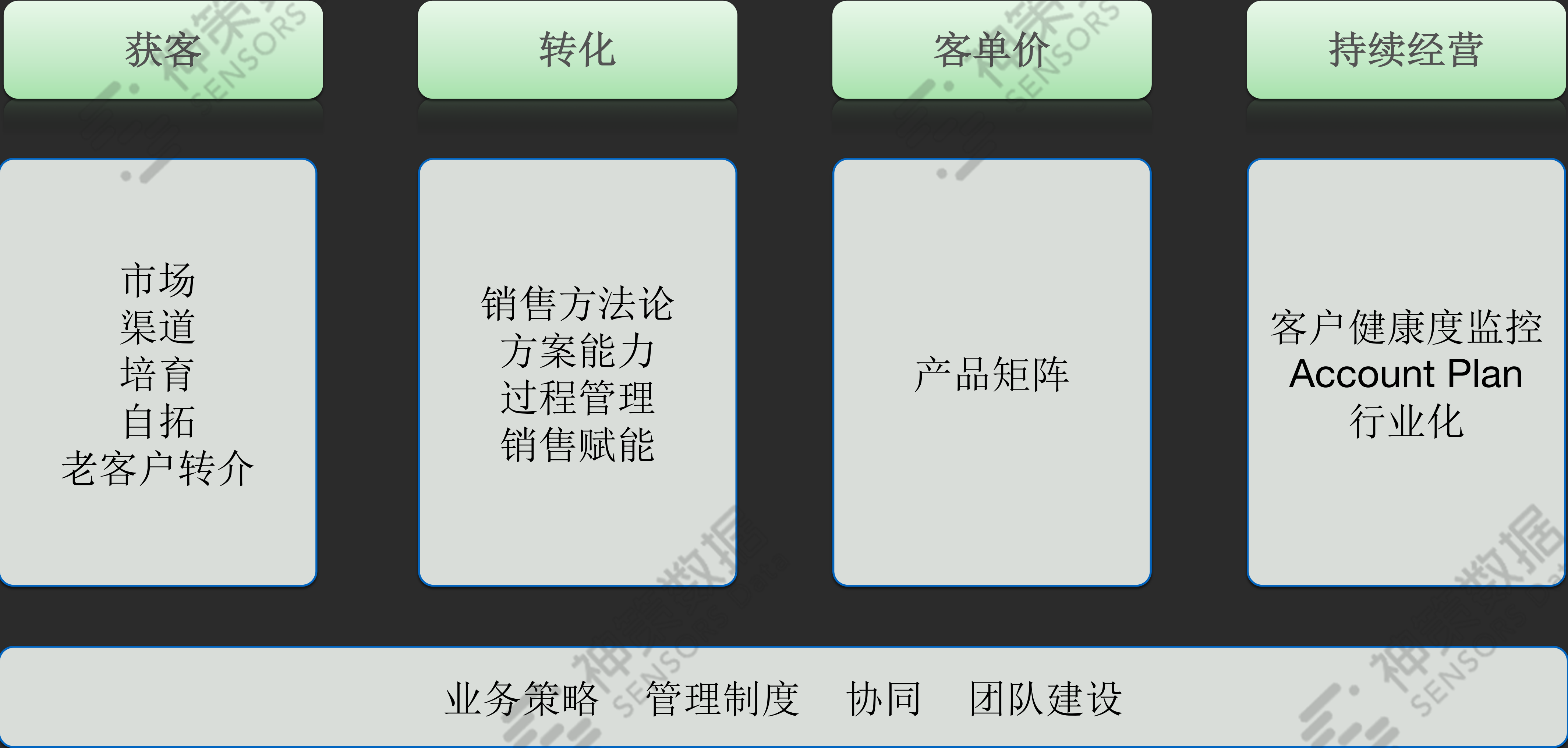
To B销售管理实践分享

神策数据 王桐

议题

- 销售体系全景图
- 0-1到1-10的问题演进
- 销售流程升级
- 销售漏斗管理升级
- 获客升级

销售体系全景图



0-1到1-10的问题演进

- 局面多元化和复杂化：客户群体、需求、产品
- 单一打法到灵活组合打法
- 对一线和管理者的要求都提高了一个量级
- 大小决策变多，对数据的依赖变重

销售流程升级

- 正确看待“流程”
- 好的流程是业务最佳实践的提炼，是科学管理原理的体现
- 流程升级的本质：从动作导向到目标导向，从自我视角到客户视角
- 例如：从“介绍方案”到“客户认可神策是能满足其需求的合作伙伴”，从“商务推动”到“客户内部论证方案”
- 从“这些我都做了”到“目标达成”
- 同样的动作在不同阶段的处理方式不同，例如：报价、PoC
- 落地到CRM系统，调整行动习惯和Review方式
- 动作给参考建议，不限死

销售漏斗管理升级

- 新销售漏斗解决了三个历史问题：
 1. 赢率和周期预测不准
 2. 输单原因判断不准
 3. 销售优劣势看不透彻
- 用“正向变化”做过程管理监控指标
- 降低了培养一线销售管理者关于“抽象”能力培养的难度

获客升级

- 公海池（私域）的激活比例加大
- 企业服务公司也需要CDP，数据的长期积累是高价值资产