
业界标杆企业流程化运作 – 从线索到回款

【课时设计】 1-2 天

【课程背景】

对于企业而言，未来的发展存在着很大的不确定性，宏观环境、行业、技术的发展，市场格局随时都在发生变化，企业要如何应对未来变化莫测的市场挑战？“以铜为镜，可以正衣冠；以史为镜，可以明得失”，我们希望通过业界标杆企业发展历程的回顾，特别是管理体系的变化，来从侧面了解一个草根公司成长为世界 500 强、行业标杆的内因是什么？如何通过流程型组织的构建，来支撑“以客户为中心”的企业核心理念在业务中落地。如何在借鉴业界领先实践的基础上，结合企业实际情况，完成了流程架构的整体设计与持续优化，从而保证了流程体系在结构上处于领先水平。

我们需要用确定的管理规则来应对不确定的市场变化，流程化组织建设的目标：价值创造流程简洁高效、组织与流程匹配运作高效、管理体系集成高效、运营管理卓越、持续改进的质量文化与契约交付的项目文化已经形成。

目前中国企业在经营管理中面临的困局：

1. 基于职能划分的组织对客户变化，市场变化不敏感，以客户为中心成为一种

口号，无法落地。

2. 项目成败依赖个人式的英雄，跨部门团队作战协同能力弱。

3. 部门各自为政，相互之间沟通不畅，信息不共享，各部门对客户的承诺不一致。

4. 项目运作过程缺乏质量管理的方法与工具。在与客户接触时，每个人只关心自己负责领域的一亩三分田，导致客户需求遗漏，解决方案不能满足客户需求，交付问题也层出不穷。

5. 市场管理能力弱，市场机会发现晚，每个项目都需要血拼，缺乏对市场的控制力与主动管理能力。

6. 合同质量差，交付成本高，需求变更损失高，极大压缩了企业的利润空间。

【课程定位】

本课程致力于通过对业界标杆企业流程型组织运作的研究，为企业破解业绩增长困局，提升客户满意度，提供实操性的方法论、流程、工具。

【参加对象】

企业 CEO、营销总监、大区经理、分公司总经理、销售团队负责人、资深销售骨干、营销骨干等。

【培训收益】

1. 研讨学习业界标杆企业流程型组织发展历程以及为企业创造的价值。
2. 学习基于战略的流程变革管理能力，简单来说，就是将战略落实到核心业务流程上，而不是简单地通过组织架构调整来实现，提升变革推行的速度与成效。化变革为日常工作，润物细无声，几年之后，蓦然回首，发现“轻舟已过万重山”，企业又无声息地实现了一次华丽的转身。
3. 如何发挥集团价值创造的作用，充分地实现资产与能力的共享，而共享主要凭借的是流程，如何在流程上实现跨事业部的集中共享与标准化管理，做到力出一孔。
4. 流程不是挂在墙上的标准，也不是锁在抽屉里的文档，而是真实地体现在业务运作过程中。因此必须追求操作级流程设计的精准与精细，从局部的点上来看，在流程设计过程中显得效率会低一些，但从整体来看，恰恰是复杂的流程设计过程，保证了全球统一流程设计的质量，保证了数万名流程用户对流程的正确理解，降低了面向数万名用户流程推行过程中的难度与成本，保证了面向数万名流程用户的执行力，极大地提升了业务流程运作的效率。

【培训方式】

1. 培训前一至二周内，进行培训学员/培训企业管理现状的问卷访谈，针对访谈调研结果，制定针对性的设计现场讨论话题；
2. 方法工具讲授 + 学员个案现场提问、现场指导解决思路方案建议；
3. 培训期间，可设置茶歇，把脉企业实际业务运作中的痛点，通过业务流程的梳理研讨，按照课程点对应讨论分析，让学员感受培训内容学了就会，会了能用，用了就有成效！

【课程大纲】

一、 管理体系流程化建设概述

1. 从业界标杆看流程体系构建的价值
2. 企业组织运作的能力阶段
3. 业界标杆企业的流程总体框架

二、 从线索到回款的由来

1. 什么事以客户为中心的流程化客户关系管理
2. 从线索到回款与客户关系管理体系的关系

三、 业务流程与工具

1. 从线索到回款九大功能领域介绍

-
2. 业务痛点与解决的问题
 3. 线索管理流程介绍与业务要点
 4. 机会点管理流程介绍与业务要点
 5. 关键工具与模板简介

四、 角色与职责

1. 业务痛点与解决的问题
2. 流程型组织的角色与职能型组织的岗位的差异
3. 业界标杆企业铁三角介绍

五、 销售决策

1. 业务痛点与解决的问题
2. 销售决策总体方案
3. 决策点与决策机制

六、 IT 支撑体系

4. IT 支撑体系的关键价值
5. IT 支撑平台的功能定位