

分组讨论书面汇报材料

分组讨论（1）：

——围绕部门职责，如何更好落实年度一级部门和小部门的目标

组 24：

组长：李晓晔；组员：何宇飞、刘洋、刘金伟、丁超、赵逢波、姜雪薇、周兴、董胜强、汤伟、朱可超、余俊、李鹏、刘焱、刘强

记录员：王熙惠

核心要点：

- 1、何宇飞：充分理解大目标，分解成为可量化的小目标，制定规则定期跟进与调整，并通过机制调动主观能动性。部门与项目组建立直接的反馈机制。项目上与代表处充分磨合，协作共赢。
- 2、刘洋：与客户和代表处，多展示、多参与、多汇报，让大家多了解集成业务；寻找业务互补的合作伙伴，共同推进项目，并与行业内的领先 ISV 紧密结合；关注专项债，打通区域专项债申请环节；持续优化“最小集”；交付演练，沉淀交付经验，总结问题清单；最小集持续跟进；深耕 AIGC 领域，发掘更多的业务机会和服务创新点。
- 3、刘金伟：换位思考，站在客户角度看系统。成立项目内部验收评审小组，进行预验收，从客户角度出发，对各应用系统提出优化意见；利用好经验教训登记册，针对过往项目经验，对于可能会对项目造成交付风险的问题，提前做好应对

计划；激活供应商的建设激情，对于交付期较长的项目，项目组内部建立供应商考评机制，与回款比例、时限挂钩，对交付质量高、问题响应及时的供应商优先考虑。

4、丁超：加强一线交付和代表处的信息共享和沟通，注重方案包装，讲好交付故事，每个人都要树立全员销售意识，以 AIGC+最小集交付理念去牵引业务，形成优质可落地的交付方案能力和交付生态厂商配套；在需求阶段做好摸底、增补阶段做好引导适当引入我司新终端产品；注重客户参与度，多沟通勤走动、降低客户预期，最短周期完成项目交付里程碑，规避交付不确定性；重点提炼和总结交付经验，形成问题清单和避坑指南，升级产品竞争力，定期定则刻画厂商交付力；探讨为具有优质客情关系的项目提供运维运营支撑和服务，延续口碑交付和订单牵引。

5、赵逢波：项目中应用或场景，多可复制性考虑，减少在其他地区类似项目的交付周期，及时补充到最小集中；靠谱的机会点，提前给客户搭建试点环境，及时占坑；现有项目，多站在客户角度，做好项目运维及运营，争取项目增长迭代。

6、姜雪薇：提升自我驱动意识，在交付过程中不断和客户进行密切沟通，积极获得用户确认，将确认过程流程化，以确保事件形成闭环；将项目中形成规模且可以通用的部分进行部门内讨论，讨论通过后补充到最小集，方便更新迭代，不断完善；活用 AI 助手，可用于辅助场景、故事线的编写。

7、周兴：区域市场分析及聚焦优势区域与优势项目，从宏观层面对区域市场竞争及市场容量情况进行初步判断，由面到点，以“三链资金链、决策链、流程链为研判点”聚焦过滤优势区域与优势项目；结合市场分析及市场策略，寻求与运营商、平台公司、有实力区域集成商的合作，进入对方生态；以三链（资金，决

策，流程)为基础，聚焦有客情支撑项目，适当性响应项目关键推进阶段的产品部署演示，从技术线提高巩固客情深度与成单率。

8、董胜强：根据合同和 SOW，检查各应用功能是否按要求实现，查漏补缺；已交付的功能实现是否合理，业务之间必须实现闭环；现阶段要控制客户需求，客户如果有新需求，在不影响验收的情况下，放在二期实现，如果影响验收，则尽可能采用替换。AI 应用尝试：智能派单和热点事件分析应用到事件管理中，通过视频算法实现人员越线分析。

9、汤伟：①解决方案的方向（数字政府）：抓住地方性政策规范，验证我们的解决方案有哪部分缺失，下一步应有针对性地解读地方政策（数字机关、数据中心、数字经济、数字强省、无证明之省、数字社区、数据要素、数据交易、一体化大数据平台、数字政务等政策），以达到在数字政府建设过程中和客户对话以及自我学习提升的目的；②解决方案的竞争力（产品能力）：面对政府项目中各个厂家之间的“内卷”，现在的市场已经不是简单的模块堆叠，而是我们的解决方案（包括生态）的整体融合能力，方案是不是可对接、开放的、兼容的（用户体系、数据体系、流程体系），我们要有评价解决方案整体融合能力；③解决方案的 AI 能力：结合我们自研私有大模型，快速集成到我们的计算中心（服务器）中，形成可快速落地的 POC 节点和销售模式，以 AIGC 带动硬件的销售业绩；④解决方案的交付能力：一是我们现在解决方案的交付的最大难点就是和周边系统充分融合的问题，举个比较通用化的例子，对目前所在这个城市交付的项目，基础数据能治理到什么程度，人口、企业、经济、部门、街道、社区等要素，在交付的过程当中，这类数据分析的深度决定业务的深度；二是人员管理，如何能够把合作伙伴、本地招聘人员的能力培养起来，把构想的需求传递下去，形成任

务工作闭环，尤其对于事情的推进，我们把握“事要强硬、话要柔软”的原则，推进具体的交付工作落地。

10、朱可超：项目组每个人，应该落实项目交付的两张清单，根据这两张清单，要掌握每个模块的报价，分析出到底每个模块到底值不值这么多钱，哪些内容是客户侧考核强相关的，哪些是不关心的，每个模块客户的参与程度，要有针对性的策略，促进客户的签字盖章、验收进度；售前支撑方面，部门的所有人应该要时刻主备着面向客户的讲解、汇报公司的方案，当需要支撑的时候体现出专业性，一个是提高对公司各种产品掌握的熟悉程度，一个是提高方案汇报宣讲的能力。

11、余俊：项目拓展不仅限于数字政府大数据局的项目机会。通过智慧城市业务拓展到政府其他委办局的业务需求，以最新政策和业务驱动，以 AIGC 为基础，深入研究刷新泛政府行业的解决方案，具备做总集总包类项目的能力。加强与一线代表处各行业主管的交流，主动做好支撑，让一线树立做行业类总集总包项目的信心。

12、李鹏：在业绩压力比较大的情况下，引导销售通过集成类项目扩大业绩。通过最小集方案快速引导、判断项目的可落地性；适当 AIGC 结合小场景作为创新应用，打造方案亮点和快速复制；加强与代表处的沟通，充分获取商机、识别商机，有效支撑代表处的工作，互相提升，最终目的是让代表处的智慧类项目信息汇集到我们这里，积极参与进去，由我们来筛选部分项目参与并推进执行。

13、刘焱：小部门目标就达成了，大部门目标也实现了。基于东区实际情况，要依靠大的机会点达成拓展目标，下半年紧盯广西两个大项目落地；稳住烟台基本盘，打造口碑品牌高地，为部门目标贡献添砖加瓦。

14、刘强：为更好地落实年度一级部门的目标，拼命努力落实 AIGC 新样板点打

造；认真研判交付中项目融合 AIGC 场景；提炼总结各机会点 AIGC 场景打法赋能。为更好落实年度小部门的目标，需与代表处深度融合，在项目现场也要及时汇报沟通，形成沟通机制；向代表处赋能，让代表处有信心，敢于拼抢总集总包，提升项目把握度；盯代表处机会，让我们有一手信息，快速响应，向上求助，落实项目空间。提升自我能力层面，从宣讲开始，宣讲能力提升，三分钟速报，三十分钟汇报；项目材料能力提升，不要聚焦自己职责，要聚焦用户需要啥；敏感能力提升，遇到项目机会与风险要有预判能力，并及时上报，不放过不浪费每一个机会。

15、李晓晔：以 AIGC 为抓手，树立新解决方案品牌，充分展示本部门能力，以达到完成集成类项目空间的目标；各项目组沉淀拉通经验，让最小集迭代发展；供应商管理；应用架构、方案架构、数据架构首席再拟定。