

内容

自我介绍  
工作内容总结

全年业绩展示

内容参考

Q1-Q4  
全年GMV  
转化率    横向对比

业务能力

客户案例

行业标杆客户

- 日世(中国)投资有限公司    食品制造业/外企    麦当劳KFC冰淇淋供应商
- 大庆宏伟庆化石油化工有限公司
- 中国电子口岸数据中心深圳分中心
- 陕西文旅控股有限公司
- 浙江建杭置业集团有限公司    地产开发    房企百强
- 十里芳菲文旅集团有限公司    文旅酒店
- 北京嘉博文生物科技有限公司    生物医疗    国家农业产业化重点龙头企业
- 浙江小遛信息科技有限公司    互联网科技    共享单车领域
- 凯蓝品牌
- 锅圈食汇
- 北京法雅商贸有限责任公司

小遛

- 多品学习
  - 小六里的人事六大模块全是我讲解的，其次招聘、考勤、绩效、培训不是我们的公司的产品，体现自己的多品学习
  - 项目规划--资源协调
- 非标场景应对
  - 客户提了一些非标场景的需求，结合行业经验给到客户正确的输出，拒绝不合理的需求，合理的需求及时和产研沟通，确认可行性以及排期，给到客户输出对应场景解决方案
  - 审批加、减签    业务逻辑有问题，不合理
  - 个税倒算    排期
  - 员工类型关联入职登记表    北森系统了解，做了展示
- 竞品分析能力
  - 客户首次沟通前，有给到我们对应需求清单，后续客户有听说moka系统，经过我的需求评估以及对moka的了解（有花时间去学习竞品），排除了一些需求是moka和我们都没有的，而且我们有的moka没有；
- 不可替代性
  - 速度+1    满意+1
  - 挽回服务商心智
  - 服务商之前是卖竞品的，服务商和我配合后，真诚的和我们说，如果不是我的及时响应，以及整理客户需求进行方案输出，可能都不会选择我们；因为有这次小六配合后，服务商后面还和我们合作了一个大客户；

团队赋能

- 智能系列制造业解决方案
- 销售培训--制造业行业方案
- 智能薪酬/睿人事样板间
  - 提高效率
  - 客户体验流程（行业化），减少了测试频率，加快了成交周期
- 竞品分析文档（睿人事 VS 二号人事部）
- 睿人事沉浸式体验中心
- 睿人事客户测试操作文档
- 会议纪要Prompt资产库
  - AI应用
  - 效率的提高
  - 持续学习
  - 渠道、直销沟通反馈

反思

反思

- 非标场景缺少行业经验
- 钉钉生态产品还不够熟悉

个人成长

做事方法论

- 拆解问题
- 辩证思考

PPT能力

AI能力

深耕人力资源行业

- 最好复盘工作，沉淀可以复用的资料
- 咨询类
- 建立行业知识库，形成可复用的售前资产
- 沉淀行业标准方案包及演示样板间（基于重点行业客户方向）
- 提升“关键行业合规与边界”能力，减少交付风险（劳动法、社保及个税政策）
- 售前分享会（每月两次，方向可以是各行业业务场景解读）

AI的持续学习

- 提效
- 工具
- 资料
- 建立“售前AI工作流”，把高频动作自动化
- 做一个“部门可用”的AI助手/脚本
- 把AI用于“客户侧价值”，不是只在内部提效
- 形成“AI能力分级 + 培训机制”，你成为部门推动者

钉钉生态的专业

- 钉钉生态产品的持续学习
  - 演示
  - 给出方案
- 做“生态产品地图 + 组合拳方案”，明确每类客户怎么配，竞品对照表”
- 掌握“底层逻辑”：组织/权限/数据/集成四件套
- 每季度完成 1 次“联动场景实战演示”，形成你的标志性Demo
- 向生态专家靠拢：对外能讲清，对内能带教