

自我介绍

工作内容总结

Q1-Q4

全年GMV

转化率 —— 横向对比

全年业绩展示

业务能力

客户案例

小遛

团队赋能

内容参考

个人规划、未来思考

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

竞品分析文档（睿人事 VS 二号人事部）

客户体验流程（行业化），减少了测试频率，加快了成交周期

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

钉钉生态产品还不够熟悉

做事方法论

辩证思考

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）

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

钉钉生态产品的持续学习

演示

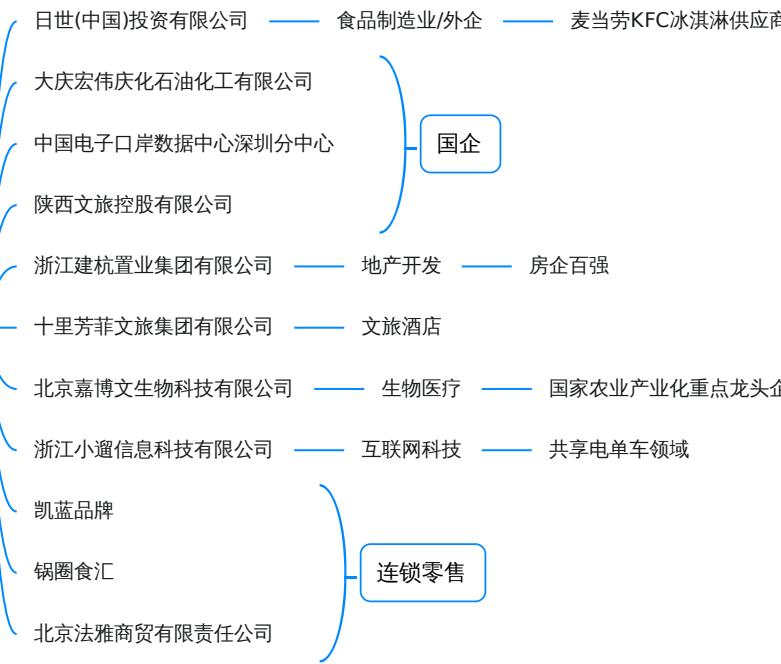
做“生态产品地图 + 组合拳方案”，明确每类客户怎么配，竞品对照表

给出方案

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



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

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

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；

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；

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

不可替代性

竞品分析能力

小遛

速度+1 满意+1

挽回服务商心智

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；

速度+1 满意+1

挽回服务商心智

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，