

创造业务价值

以企业画像为抓手，于变革中精准落地

在持续变化的市场环境中实现绩效优化，仅凭企业基本信息（firmographics）已远远不够，深入理解客户需求才是制胜关键。

请参照以下步骤，逐步定义并完善客户画像，并将这些企业画像深度应用于市场战略(GTM) 的制定与执行，助力企业在变革中精准破局。

1

识别变革触发因素

商业环境瞬息万变，驱动着企业画像的持续丰富与升级。



2

组建跨职能团队

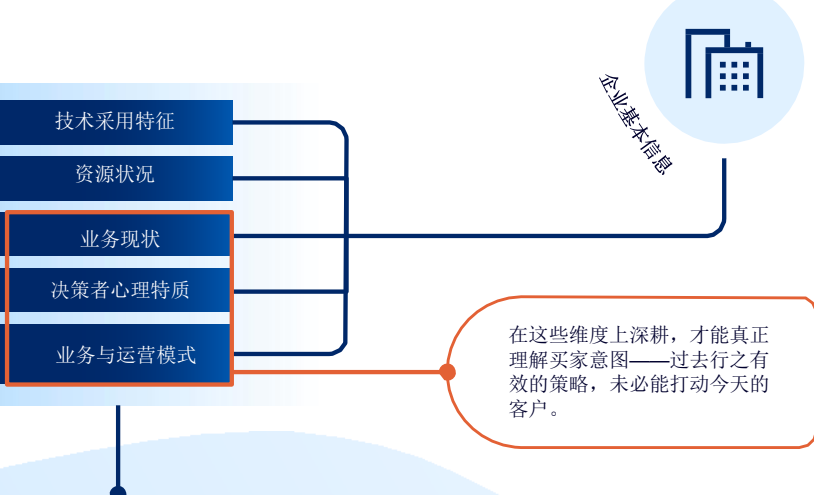
将企业画像的迭代升级视为GTM团队的共同任务，对齐并拓展画像特征与采购触发因素。



3

刷新企业画像

不局限于基础企业信息，多维度深入分析客户情况。



4

重新审视市场定位、差异化与价值主张

根据新企业画像的需求和优先事项调整市场定位。



5

按需评估并优化现有GTM策略



产品/解决方案策略

审视并优化产品/解决方案路线图、定价模型与商业打法，切实满足当下企业画像的核心诉求。



市场营销策略

更新客户画像、核心话术与内容，精准触达、吸引并转化目标企业客户。



销售策略

调整销售区域划分、销售策略与激励机制，赋能销售团队以新企业画像为指引，赢得更多商机。

→

联系我们

获取Gartner客观、可执行的商业与技术洞见，助您针对关键优先事项做出更明智的决策，并提升业务绩效。

[成为客户](#)