

## “1+X”大客户战略执行与落实

——AI 产品部（展芯）

2020 年春，突如其来的一波疫情阻挡了复工的进程，无法参加各种形式的聚会来打发时间，使得我们有机会去思索如何将客户最大限度的落实和落地。在利尔达董事长叶总的带领和指导下，我们总结出了一套适合利尔达快速和长期发展的战略模式：“1+X”大客户战略。

这套战略来源于利尔达目前的现状：

- 1、产品线足够丰富：有超过 80 多条代理线；
- 2、利尔达客户群体足够多：集团客户群超过 26000 个；在合作交易客户超 5000 个；千万级客户超 30 个；
- 3、目前利尔达在交易大客户存在交易产品单一现象。



2020 年之前，利尔达的 TOP1 客户 A 只有 ST 一条产品线的生意往来。有了“1+X”大客户战略的指导后，销售部团队和事业部团队开始挖掘该客户的深度合作机会，通过加强和客户的沟通以及不同产品线原厂的沟通，我们在 A 客户处新增加了 SGM 产品和 LRC 产品的生意点：

2020 年 6 月份开始，我们又导入了 SGM 多个物料型号，并开始批量接单，2020 年生意超 2000 万，预计 2021 年生意超 1 亿；

2020 年 9 月份开始，挖掘出该客户对应 LRC 桥堆产品和 MOS 产品的生意潜力，并和客户及时对接，目前产品导入进度较快，客户需求潜力超过 3 亿，2021 年预计可实现业绩在 4000 万以上。

2020 年在 A 客户处的成功只是“1+X”大客户战略的样板工程，“1+X”大客户战略的普遍执行是今年完成业绩超 20% 增长的基础。不局限于眼前，我们同时规划未来，2021 年将会布局引入更多更全的产品线（包括现在还没有的阻容产品、ACDC 产品和 AI 产品等）来支持和展现“1+X”大客户战略的魅力。

执行“1+X”大客户战略，利尔达人一直在路上，期待利尔达人更加精彩和绚丽的表现！

所以，“1+X”大客户战略可以完美匹配利尔达目前的状况：以现有交易产品为主体，目标在每个客户中匹配更多的产品线生意；在客户每个项目中成功合作多个产品型号。以此来实现利尔达业绩质的飞跃，每年 30% 增长为基础，50% 增长为目标，80% 增长为梦想；用最短时间来实现利尔达百亿企业的初期目标。

在叶总的带领和指导下，我们每周一例会宣贯“1+X”大客户战略方针；每次各个大区月度 / 季度会议时，穿插“1+X”大客户战略方向和方法培训；时刻提醒所有利尔达人深刻体会和理解这个战略的重要意义和执行战略的方向。

2020 年利尔达人开始对“1+X”大客户战略意识逐渐清晰，并开始实施和落地。每个区域确认 TOP5 客户清单，并绘出客户完整详细的信息，包含客户关键对接人、项目信息和项目框图等。同时和事业部讨论现有合作生意和未来能合作生意，明确后续的行动以及需要事业部或者销售部门一起帮忙支持的 Support need，并加以落实，以此信息来加速“1+X”大客户战略的落地。