



Gartner®

2022年领导力前瞻

科技公司首席 执行官的3大战略重点

来自技术与服务供应商部门集团副总裁Rishi Sood的一封信

在持续应对并尽快摆脱新冠疫情的过程中，业务领导者们逐渐认识到，即使疫情对我们的直接威胁越来越小，我们的商业模式也已经发生了长期的改变。

我们工作的时间、地点和方式已经发生了长期的改变。因此，根植于内容消费、团结协作和共识构建的决策流程也随之发生了根本性变革。

随着数字技术的加速创新以及买方行为和新型商业模式的不断改变，技术服务供应商需要从更多、更复杂的角度来深入了解其企业机构的方方面面。此外，技术支出逐渐呈现出民主化趋势，且愈发受到业务领导者（这些业务领导者均追求数字化加速发展）的驱动。因此，技术供应商需要顺应市场变化。

数字化转型的迫切需求将推动企业应用程序、基础设施软件、管理服务和云基础设施服务的支出增长两位数，且企业在分析、云计算、客户体验和安全等领域的投资将超过收入预期。

对于中小型企业来说，这意味着我们要采用新的方法来开发和获取新客户，从而建立一个能够实现可持续扩展和增长的企业机构。而成功的企业机构将采用整体解决方案，提供全面的客户体验，接受全新的需求生成策略，深度扩大市场途径，强化销售实践，并推动能够颠覆竞争对手的商业模式创新。

为此，《Gartner领导力前瞻》系列基于海量数据进行研究，将为领导者及其团队提供专业指导并明确战略重点。虽然有关角色的详细洞察仅面向Gartner客户，但我们现在将向更广泛的受众、整个商业界分享相关内容的摘录，希望以下内容能够有助于您与您的团队、同事和其他领导者开展讨论，从而在更短的时间内、以更有效的方式明确您的优先事项和行动措施，进而帮助您进一步升级2022年的战略计划。



Rishi Sood
Gartner研究和咨询部门

以科技公司首席执行官的身份迈入2022年



高增长目标

到2021年，**增加收入**和**获取新客户**仍然是科技公司CEO的首要任务。

来源：Gartner市场数据手册（季更）



IT支出恢复增长

2021年市场全面开花之后，**技术投资**将在2022年继续增长。Gartner预计，全球IT支出按固定货币计算将增长**6.0%**，按美元计算将增长**5.1%**。

Gartner市场数据手册（季更）



资源可用

资金和并购的增加*有利于企业机构**加速增长**和培养能力，反之也**创造了新的威胁**。

* 不包括超过10亿美元的交易

科技公司CEO面临的三大挑战及相应的行动措施



将目光投向净新销售额之外的客户增长

《2020年Gartner科技公司首席执行官客户获取调查》显示，与其他企业机构相比，表现优异的增长型企业机构更有可能在销售薪酬计划中考虑客户增长，而非净新销售额。只有客户流失率低，企业机构才能实现高增长。因此，客户保留比以往任何时候都更加重要。



为实现增长进行预算安排

根据《2020年Gartner科技公司首席执行官基准调查》，就年收益低于2.5亿美元的高增长技术和服务供应商而言，其收入同比增长了23%，甚至更多。高增长技术和服务供应商的增长速度是普通供应商的三倍，但他们在营销方面的花费要比普通供应商多60%，在渠道合作伙伴方面的花费则比普通供应商多50%。



最大限度地提高销售投资的有效性

《2020年Gartner科技公司首席执行官客户获取调查》显示，总体上，表现优异的企业在购买过程的大多数阶段都表现出色，这些购买过程是由潜在客户甄别驱动的，且潜在客户质量高。就成功的客户获取策略而言，其核心在于营销和销售策略的一致性，在这种情况下，符合资格且受过良好教育的潜在客户将转移到拥有合适技能和动机的销售团队。



科技公司CEO行动措施

首先对要开展的工作进行“整体产品”分析。通过分析，如果发现产品和服务并不全面，下一阶段就是填补缺口。然后进行思考，了解为填补每个缺口而实施的建立、购买或合作行为是否有意义。

以对深度分销扩展选项（如联盟、生态系统和合作伙伴）的评估为基础，创建经过深思熟虑的积极战略。以大型技术供应商为目标，与之建立合作伙伴关系，因为其客户安装基础极具吸引力。

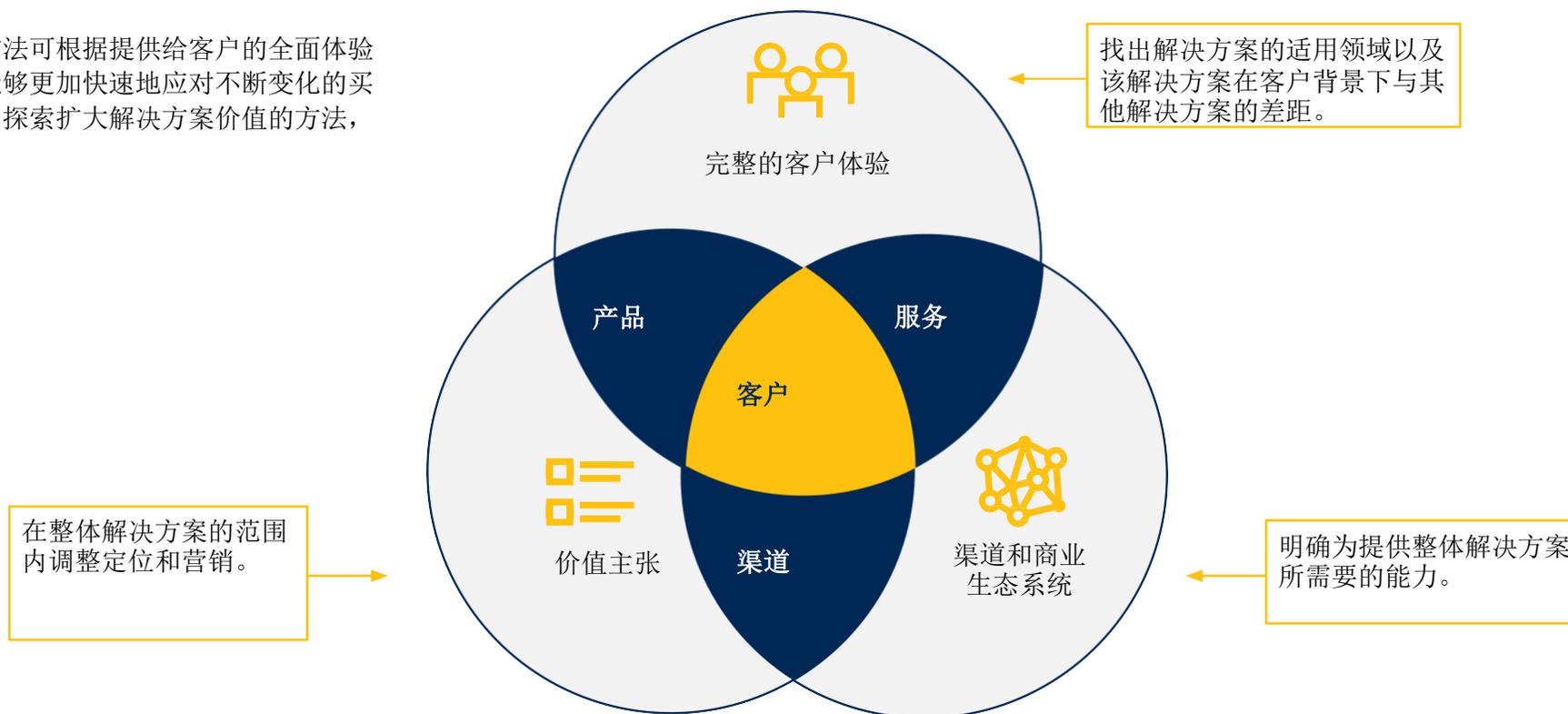
提高销售额的五个关键步骤：

- 吸引正确的客户。
- 提供精心准备的信息。
- 找到真正要解决的问题。
- 避免问题冲击。
- 抓住买方心理。

来源：Gartner

对齐产品、服务和渠道以提供完整的客户体验

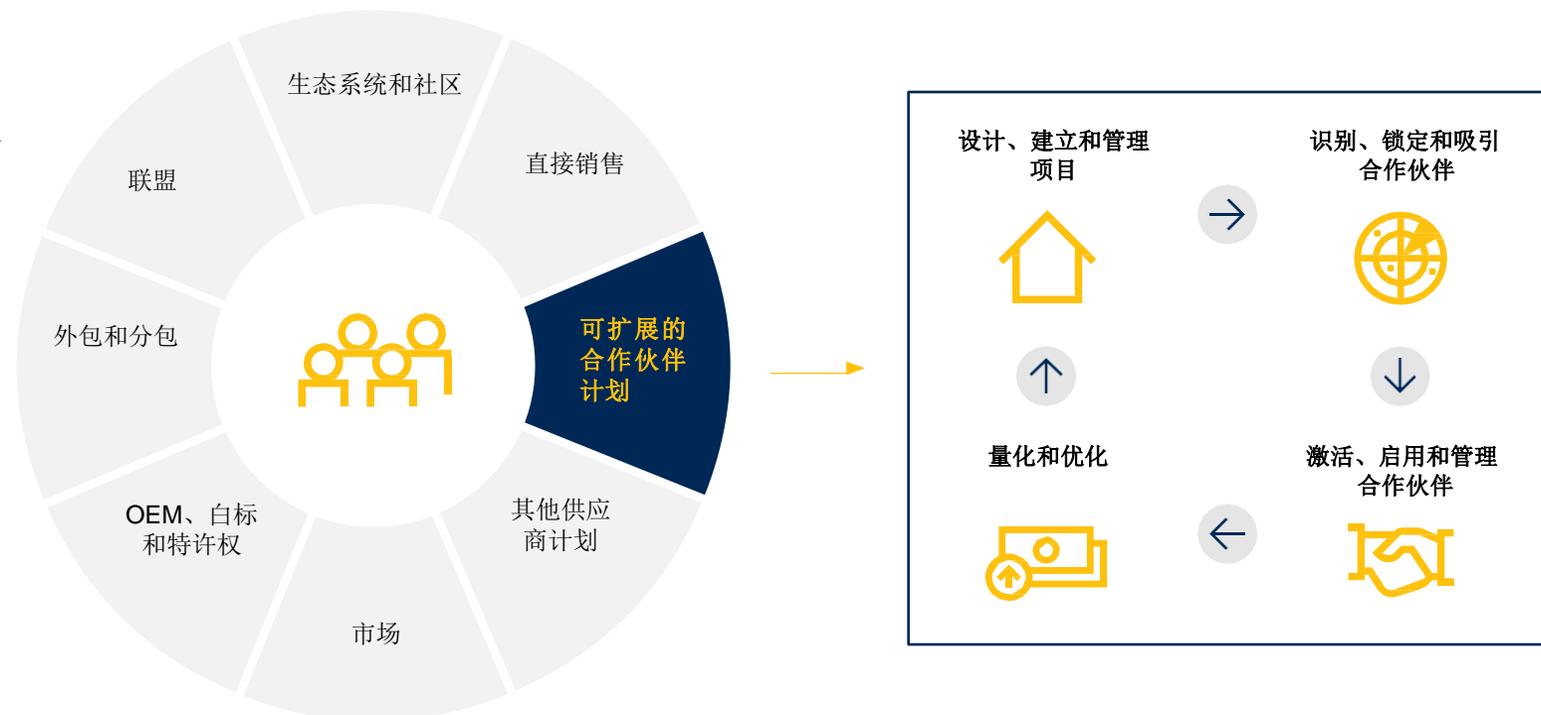
领导团队采用整体解决方案，该方法可根据提供给客户的全面体验来击败竞争对手。因此，团队将能够更加快速地应对不断变化的买方优先事项和来自替代品的竞争，探索扩大解决方案价值的方法，并找到更多的客户增长机会。



来源：Gartner

有目的地设计销售途径以加速增长

为了确保无摩擦的客户参与和价值交付，选择合适的市场途径，确保企业机构能够提供完整的客户体验。以对深度分销扩展选项（如联盟、生态系统和合作伙伴）的评估为基础，创建经过深思熟虑的积极战略。

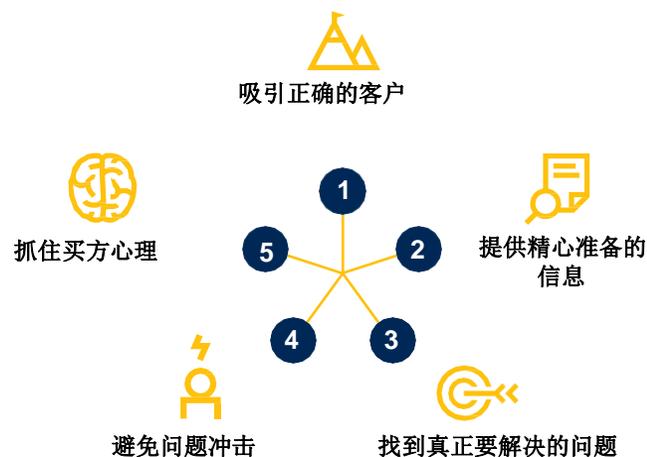


来源：Gartner

提高销售业绩

科技公司的CEO一直面临着提高销售业绩、效率和生产力的挑战。因此，CEO应该在引导团队遵循最佳实践的同时保持警惕，并不断质疑是否应该使用资源来追求特定的交易。由此一来，赢率会提高，企业增长也会加快。

优化销售实践



不断进行资格审查

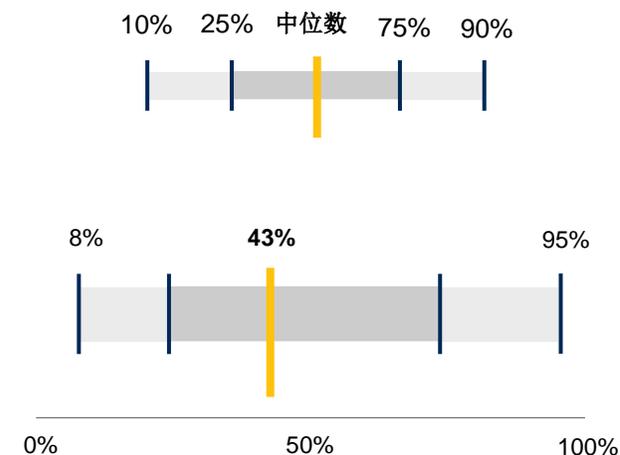
参与前的资格审查标准

- S 相似？
- C 坦诚？
- O 有组织？
- P 务实？
- E 已参与？

参与中的资格审查标准

- D 交付？
- I 参与？
- C 担忧？
- E 回避？

提高赢率



n = 102

问题：贵企业机构在本财年获取了多少合格的潜在客户？ / 贵企业机构在本财年赢得了多少笔交易？

来源：Gartner高新技术首席执行官基准，截至2020年9月

可行的客观洞察

探寻为科技公司CEO提供的其他免费资源和工具：



网络研讨会

产品经理如何最大化应用中国员工和消费者对AI技术的信任

利用AI技术增强RPA、LCAP和超自动化解决方案

[现在观看](#)



研究

2025年技术供应商：战略转型推动企业增长

为技术提供商发布的Gartner特别报告

[立即阅读](#)



电子书

制定成功产品策略的三个经验

躲避制定产品策略时会遇到的陷阱

[即刻下载](#)



电子书

科技公司的产品管理成功秘诀

企业营收增长的最佳实践

[现在阅读](#)

已经是Gartner客户？

您可在客户门户网站上获得更多的资源。[登录](#)

了解更多。

获得可行的客观洞察，以实现您最关键的优先事项。Gartner专家指南和工具使您能够做出更快、更明智的决策并获得更优的业绩表现。联系我们成为客户：

成为客户

点击了解更多关于Gartner科技公司CEO的相关信息

<https://www.gartner.com/cn>

您可扫描以下二维码，关注Gartner官方微信公众号：

