

《电力市场营销及管理》

【课程背景】

电力市场营销学：是以电力市场营销及其规律性为研究对象的科学。研究内容大体可归纳成三个部分：

- 1、 电力市场营销环境与市场分析；
- 2、 电力市场营销活动与营销策略研究：产品、价格、分销和促销；
- 3、 电力市场营销管理：营销计划、组织与控制。

【授课时长】

实战版 4 天，浓缩版 1 天

【课程收益】

- 1、 明确电力市场基本特征
- 2、 了解电力市场营销
- 3、 将电力市场营销应用于实际工作解决问题，提高效率

【授课对象】

电力企业营销主管等

【课程大纲】

(领导开训:强调学习的意义和纪律)

导言、关于学习的效率及学习方法分析

头脑风暴：您碰到哪些关于营销理念、营销策略的问题？ 每人提出工作中的难题，老师将这些难题作为案例在整个课程中巧妙地穿插，分析。

第一章、电力市场与电力市场营销（案例分析、短片观看、图片观看、示范指导、模拟演练、头脑风暴）

一、电力市场和电力市场营销的基本概念

（一）电力市场营销的调查

- 1、 调查的重要性
- 2、 电力市场调查的作用
- 3、 电力市场调研的四大分类

（二）电力市场的需求预测

- 1、 电力需求预测的主要特点

2、电力需求预测的方法和难点

(三) 电力市场的细分与目标电力市场

1、电力市场的细分标准

2、电力市场目标选择和定位

二、电力市场营销十大策略

(一) 资源整合策略

(二) 海量营销策略

(三) 关系营销策略

(四) 高层营销策略

(五) 体验营销策略

(六) 网络利用策略

(七) 团队配合策略

(八) 攻心为上策略

(九) 主动出击策略

(十) 创新营销策略

重庆地区电力需求预测及发展分析

河北地区电力需求预测及发展分析

日本本田汽车公司营销策略分析

案例分析或短片观看：

示范指导、模拟演练

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第二章、电力购买行为分析(案例分析、短片观看、图片观看、示范指导、模拟演练、头脑风暴)

一、电力产品和服务策略

(一) 电力产品的分类

(二) 电力产品的三大策略

1、质量策略

2、差异化策略

3、新产品开发策略

某客户通过功率因数调整电费支出的案例分析

二、电价策略

(一) 影响电价的因素与确定电价的基本方法

(二) 电价体系

(三) 电价形成

(四) 输电服务及其定价

(五) 电价调整策略

(六) 销售电价结构设计与实例计算

三、电力市场运营模式与电力销售渠道

(一) 市场运营模式的分类

1、垄断型运营模式

2、竞争型运营模式

(二) 电力销售渠道

案例分析或短片观看：

示范指导、模拟演练

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第三章、电力促销策略（案例分析、短片观看、图片观看、示范指导、模拟演练、头脑风暴）

一、电力市场营销管理

二、电力需求侧管理

- (一) 什么是电力需求侧管理
- (二) 管理的目的和作用
- (三) 怎样需求侧管理
- (四) 需求侧管理不等于“计划用电”

三、电力市场营销技术支持系统

- (一) 为什么要学习电力市场营销技术支持系统
- (二) 了解电力市场营销技术支持系统的构成

江苏省电力需求侧管理方法案例分析

广东省电力需求侧管理方法案例分析

案例分析或短片观看：

示范指导、模拟演练

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第四章、电力产品营销与深度捆绑技巧（案例分析、短片观看、图片观看、示范指导、模拟演练、头脑风暴）

一、客户需求引导与制造技巧

- (一)入门版：直接陈述引导
- (二)初级版：提问引导技巧
- (三)中级版：制造痛苦引导技巧
- (四)高级版：SPIN 引导技巧
- (五)最佳版：经典高效引导技巧

二、业务方案呈现技巧

- (一) 影响业务方案呈现效果的三大因素
- (二) 业务方案推介的三大法宝
- (三) 组合呈现技巧
- (四) 常见业务方案呈现技巧

三、业务方案的设计与策划

- (一) 业务方案的设计与策划的标准
- (二) 解决方案的核心目标
- (三) 解决方案的主题策划
- (四) 解决方案的投入产出分析、可行性分析

四、客户异议处理技巧

- (一) 处理异议—异议是黎明前的黑暗
- (二) 追根究底—清楚异议产生的根源
- (三) 分辨真假—找出核心的异议
- (四) 自有主张—处理异议的原则
- (五) 化险为夷—处理异议的方法
- (六) 寸土寸金—价格异议的处理技巧
- (七)、客户核心异议处理技巧

- 1、收益：聚沙成塔
- 2、投入费用：化整为零
- 3、PMP 法—赞美法

- 4、三明治法
- 5、对比策略
- 6、此消彼长策略
- 7、放大核心关键收益
- 8、举例法
- 9、幽默处理法
- 10、询问法

五、当产品方案无法满足客户的时候…

- (一)替代方案
- (二)巧妙示弱
- (三)巧妙转移
- (四)此消彼长的利弊分析

六、客户商务谈判策略

- (一) 商务谈判的目的
- (二) 高效沟通谈判六步骤
- (三) 沟通谈判 15 大策略

七、促成技巧

- (一) 请求成交促成法
- (二) 体验营销促成法
- (三) 步步为营促成法
- (四) 适度让步促成法
- (五) 利弊分析促成法
- (六) 假设成交促成法

八、后续服务跟进及重复采购技巧

- (一) 客户重复营销技巧
- (二) 客户交叉营销技巧
- (三) 客户转介绍营销技巧

九、客户深度捆绑方法

- (一) 业务深度捆绑
- (二) 情感深度捆绑
- (三) 战略合作捆绑

案例分析或短片观看：

示范指导、模拟演练

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第五章、工作难题讨论分析（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）（重点）

1. 在与供电局、供电所以及其他客户沟通中更好地征服客户？
2. 如何将营销与电力行业的实际相结合
3. 如何更好地整合电力市场信息资讯？
4. 如何实现有效的客户管理？
5. 应急事件处理方法
6. 人际间的沟通方式与技巧
7. 团队协作、管理能力
8. 客户对我司设计的方案不满意，怎么办？
9. 如何在不利的竞争条件下博取客户的信任，拿下工程

课程结束：

- 一、重点知识回顾
- 二、互动：问与答
- 三、学员：学习总结与行动计划
- 四、企业领导：颁奖
- 五、企业领导：总结发言
- 六、合影：集体合影