

《行业信息化解决方案与拓展技巧》

(标准版：12 课时)

【课程背景】

在竞争全面打响的市场环境下，各大运营商的运营难点、问题以及优势逐渐显现。在接下来的短兵相接的白热化搏杀阶段，如何最优地使用企业有限的资源，如何有效的整合和挖掘语音、数据、固定、移动业务等业务的优势，让企业保持良好的竞争地位是每一位产品经理该当思考的问题。

本课程将在全面分析运营商行业客户的挑战和机遇的基础上，讲授深度策划的思路，以及如何制定有效的市场营销策略，帮助学员在竞争中有所突破。

【课程目标】

- 1、掌握营销研究与分析策略制定的系统思路和决策方法
- 2、通过实战模拟，进行市场细分和选择目标市场，学会竞争分析、资源分配、整合营销策划和实施
- 3、学习如何呈现行业产品的价值，使产品利益最大化
- 4、掌握如何制定以市场为导向的业务战略计划，深刻认识营销策略对于经营业绩的决定性作用。
- 5、理解客户终身价值的意义，转变营销战略

【培训方式】

专题讲授+案例分析+实战演练+研讨学习

体系一. 行业分析与市场机会

- 1、行业发展过程和前景预测；
- 2、抑制行业客户发展的障碍有哪些？
- 3、行业客户需求该如何把握？
- 4、行业发展的四大核心
- 5、针对行业需求，行业经理该如何运用？

案例：行业机会&中国电信的战略转型

体系二. 针对行业营销的 SWOT 分析及战略执行

- 1、从事相关行业的竞争对手在那里？
- 2、各自的优势、劣势是什么？
- 3、针对行业竞争对手的 SWOT 分析

讨论:如何运用 SWOT 的分析结果制订发展战略.

体系三. 基于行业需求的市场细分与目标市场选择

- 1、参考工具——如何市场细分
- 2、参考工具——消费者决策时关心什么——需求与状态分析
- 3、为什么物美价廉的产品不畅销
- 4、竞争战备的设计，竞争优势的建立

5、横向透明度与纵向透明度

游戏:协同竞争 (进入难度·森林与 树木)

游戏规则 (佳能挑战施乐)

体系四. 针对行业进行有效的市场拓展

1、营销新概念

2、4P 与 4C

3、创造价值—以终端用户为中心，以项目订单为龙头

4、体现价值—以直销为主，短线渠道为辅助

5、宣传价值---四大拓展方式

6、交付价值---以价值为导向，以价格为杠杆

讨论:我们公司系列产品的营销组合策略

体系五.行业性解决方案的六个系统

1、客户内部采购流程的分析

2、客户内部的职能分工

3、项目性销售的推进流程

4、销售里程碑与标准管理

5、销售成交管理系统

6、项目性阶段辅助工具

案例：解决方案式营销的天龙八部

体系六.专业的产品呈现于解说技巧

一、专业沟通说服方法

1、赞美法则

2、使用顾客的口头禅

3、重复顾客讲的话

4、情绪同步

5、语调和语速同步

6、生理状态同步

7、信念同步-合一架构

8、例同法

9、借喻法

10、幽默法

二、产品呈现现场的掌控

1、FABE 方法的运用

1.1 特征-说出产品的特性

1.2 优点-抓住产品的优点

1.3 顾客的利益-和顾客的利益相结合

1.4 举出证据来证明

- 2、案例：客户习性解析
 - 2.1 视觉型顾客的特点及对策
 - 2.2 听觉型顾客的特点及对策
 - 2.3 感觉型顾客的特点及对策
- 3、呈现产品语言，因人而变

体系七· 解决方案式营销的工具—“九阴真经”

- 1、[展会](#)
- 2、[技术交流](#)
- 3、[电话销售](#)
- 4、[登门拜访](#)
- 5、[测试和提供样品](#)
- 6、[赠品](#)
- 7、[商务活动](#)
- 8、[参观考察](#)
- 9、客户俱乐部

讨论：我们应该用那及种方式最有效？