

# 《电信云产品销售实战培训》

讲授专家：李勇

**培训对象：**1、互联网时代，希望学习电信云产品销售的人士；  
2、企业内与电信云产品接触的管理、营销、服务人士；

**课程时间：**2天(12小时)

## 课程背景：

- 互联网的已经进化到了大数据的时代，每天都在贡献数以亿计的信息到互联网上，大数据与其说是一种时代特征，不如说一种新时代新思维模式。它让人们从更大的视角、以更客观的方法，以更理智的方式来应对互联网时代的各种看似奇特的社会现象。
- 如何利用海量的数据，原来的以PC和互联网为架构的计算体系已经无法承载，云计算应运而生。云计算的核心和灵魂是人工智能，是云计算和人工智能让海量信息的处理成为可能，这些正在深刻的改变着我们的生活。
- 本课程结合大数据的产品、云端服务的营销、销售、运营等角度深度结合实战案例，使得学员可以更好的服务于政企领域的客户。

## 本课程亮点：

- 本课程重点描述了面对互联网大数据的机会，该如何结合企业的优势和资源选择产品突破点，如何让云端产品脱颖而出，如何让产品快速的推广和销售，以上这些均会在日常的工作当中遇到，课程中的理论结合案例分析，会真正的学以致用。

## 课程收益：

培训完结后，学员能够：

- ◇ 了解云集算的基本原理及对大数据的作用
- ◇ 深入思考大数据、云计算、人工智能、物联网给我们带来的改变
- ◇ 掌握并了解云计算、云桌面、云存储、私有云、专属云及混合云、大数据及镜像等产品的的应用场景；

## 课程大纲：

单元	大纲	内容	效益
单元一	大数据时代	1、什么是大数据 ◇ 大数据的“定义” ◇ 大数据、云计算、AR/VR/、AI、传感器、NBIOT、EMTC的逻辑关系是什么 2、移动互联时代给信息带来的影响 案例：胎动为什么要做大数据	本单元让学员了解大数据时代的商业机会
单元二	客户需求分析	1、客户互联网时代客户特征，行为及场景的变化 2、互联网时代客户标签的变化 3、互联网发展对需求挖掘的挑战 4、互联网发展对产品设计的要求	本单元让学员明确互联网时代用户感知的变化所带来的

		5、在这种客户变化下，我们该如何推动云产品？	需求变化
单元三	云端产品的机会	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、云计算大数据的关键</li> <li>2、云产品面向各种垂直行业的机会 <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 云端产品在物流行业的机会</li> <li>◇ 云端产品在能源行业的机会</li> <li>◇ 云端产品在电商行业的机会</li> <li>◇ 云端产品在媒资行业的机会</li> </ul> </li> <li>3、云桌面、云存储、私有云、专属云、公有云等产品在 C 端和 B 端的具体行业应用</li> </ol>	本单元让学员了解云端产品的具体表现形式和行业应用案例
单元四	云端产品的营销技巧和策略	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、B 端客户营销和 C 端客户营销的区别</li> <li>2、B 端客户免费推广的六种方法</li> <li>3、云端产品的品牌推广策略</li> <li>4、云端产品品牌推广的内容营销</li> <li>5、云端产品的自媒体推广策略</li> <li>6、云端产品的传播的用户思维</li> </ol>	了解云端产品的营销技巧和品牌策略
单元五	云端产品的方案制作应该注意什么	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、云产品的方案制作必须要注意的问题点是哪些</li> <li>2、云产品的方案制作流程是什么</li> <li>3、部署创新业务下的云产品销售场景分析及方案制作</li> <li>4、传统政企客户应用迁移上云的销售场景分析及方案制作</li> <li>5、灾备类客户的云产品销售场景分析及方案制作</li> <li>6、媒资云类客户的云产品销售场景分析及方案制作</li> <li>7、大数据类客户具体应用云产品的销售场景分析及方案制作</li> <li>8、能源类客户云产品销售场景分析及方案制作</li> </ol> <p>案例：金融客户、媒资客户、能源客户的云产品销售模拟实战和具体应用</p>	学习和了解不同类型客户的顾问式销售该如何开展