

区域市场策划与项目运作

课程大纲：

总论：先营后销的理念

第一部分：区域市场分析与策略制定，谋定而后动

第一节：华为市场策划的步骤

1. 通过区域市场策划赢得市场
2. 市场营销策略管理模型

第二节：企业战略承接

1. 战略和任务是区域市场策划基础
2. 明确区域市场的战略和任务

第三节：差距分析

1. 差距分析的独特方式和作用
2. 差距分析实例介绍

第四节：市场分析

1. 市场与行业分析方法与案例
2. 竞争分析要点是什么？
3. 了解你的客户
4. 组织脸谱和业务脸谱
5. 客户的战略和痛点是什么
6. 战略用户与价值用户的甄别
7. 细分市场的常用方法
8. 市场信息收集与分析方法

9. 内部分析的两个层面介绍

第五节：目标制定

1. 结合分析确立市场目标-我们要去哪里？
2. 短期目标和长期目标的平衡

第六节：策略制定

1. 区域市场策略制定方法-我们怎么去？
2. 做哪些，不做那些？
3. 四类策略 – SWOT 矩阵法
4. 总体策略与分类策略

第二部分：客户关系拓展与管理

第一节：客户关系分析方法

1. 华为客户关系分析流程
2. 组织结构及决策模式分析
3. 分析决策链方法和要点
4. 客户关系评估的方法
5. 发现问题及制定改进计划

第二节：客户关系管理

1. 客户关系管理实用方法

第三节：客户关系拓展的素质要求

1. 客户关系拓展需要培养什么素质的人
2. 透彻了解和把握客户的需求
3. 个人需求与机构需求

4. 潜在需求与明确需求
5. 客户期望管理
6. 顾问式销售

第四节：客户关系拓展的阶段分析

1. 客户关系发展模型
2. 如何让客户接受你
3. 尊重与信任的基础式什么
4. 什么是客户关系的最高境界

第五节：情景公关培训要点

1. 培养客户经理的情景公关技巧
2. 情景公关常见主题介绍

第三部分：销售项目运作与管理

第一节：销售项目运作规范性

1. 销售项目管理的基本概念
2. 项目运作成功与失败的要素分析
3. 销售项目运作与管理循环的步骤

第二节：销售项目运作过程与要点分析

1. 如何引导和发现项目
2. 项目信息收集方法和渠道
3. 如何设定好项目目标
4. 明确项目责任，团队作战
5. 项目分析的 SWOT 方法应用

6. 策划三部曲，分析得策略，并分解为可执行的计划
7. 策略制定的核心
8. 制定计划的要素
9. 风险的管理和防范
10. 通过多种手段，监控项目进展
11. 不可忽视的项目总结

第三节：案例研讨与分析

1. 失败案例研讨
2. 成功案例研讨