

产品解决方案呈现策略和专业交流方法

培训目标：

- 1、掌握产品方案演示、专业技术交流的基本知识和操作技能。
- 2、掌握在激烈的同行友商同质化竞争的背景下，如何通过严密的组织、准备和实施，让我方的产品解决方案呈现对客户的决策者更有专业说服力和冲击力，并在整个营销项目的运作过程中占得先机。

培训对象：

科技行业的产品经理、市场人员、销售人员、售前工程师。

培训用时：

2天

培训方式：

讲授、课堂演练与效果评估、案例分析、课堂答疑、咨询

课程大纲：

第一部分 关于产品解决方案呈现的“道、法、术”

- 1、当前行业市场营销的方法和产品呈现的特点
- 2、行业客户的采购决策者希望产品供应商呈现什么，如何呈现
- 3、这节课要解决的问题

第二部分 产品解决方案呈现和专业交流的准备

- 1、产品方案呈现和专业交流策略、方法的演进
- 2、十种典型的情形下，产品解决方案呈现的关键实战经验
 - 1) 在客户办公室拜访时呈现

- 2) 在客户会议室的非正式呈现
 - 3) 在客户会议室的正式呈现
 - 4) 在办公室外面和客户决策者“偶遇”时的呈现
 - 5) 在投标现场的技术澄清
 - 6) 在展会上、行业论坛上的正式呈现
 - 7) 在与友商们对比测试产品过程中的呈现
 - 8) 在我公司会议室的呈现
 - 9) 在产品展厅的呈现
 - 10) 在真实的工程现场（机房）的呈现
- 3、确定产品方案呈现和交流的目标
 - 4、整合产品演示和交流的资源
 - 5、收集和分析目标客户情报：行业状况、客户战略、关注点等
 - 6、演示内容和形式的设计
 - 7、演示材料的编写
 - 8、正式交流之前的练习与评估
 - 9、提前熟悉客户交流现场和优化准备工作

第三部分 各类有差异化竞争力的产品方案编写策略

- 1、现场点评学员的各类营销方案、产品方案介绍材料（学员需要提前2周准备和提交）
- 2、产品营销文档（方案）的分类
- 3、产品营销文档（方案）的交流（演讲）时机
 - 1) 实战中的典型困难分析
 - 2) 随意交流不严谨的产品方案的隐患
 - 3) 递交方案给客户的方式和策略
- 4、常用的客户化、差异化营销文档（产品方案）的写作方法
 - 1) 客户需求个性化解决方案的定义
 - 2) 各类方案文档的写作思路、技巧和实战模板学习
- 5、高质量产品方案的写作思路、基本方法和实战技巧
 - 1) 概述

- 2) 写作素材收集与管理
- 3) 解决方案文档的基本结构体系
- 4) 写作基本思路
- 5) 高瞻远瞩，让方案具有全局性
 - A. “客户-我方”战略匹配分析（工具）
 - B. 客户需求管理策略和方法
- 6) 竞争工具：软肋模型——如何让方案有差异化竞争力
- 6、课堂演练：给高层客户汇报的产品方案汇报材料编写
- 7、产品方案幻灯片制作
 - 1) 什么是职业化的幻灯片
 - 2) 专业幻灯片制作基础
 - 3) 专业幻灯片制作技巧
 - 4) 专业化幻灯片制作的误区
 - 5) 课后训练：给客户决策者准备的产品解决方案幻灯片

第四部分 产品方案呈现、专业演讲与交流能力训练

- 1、专业演讲与交流过程中的主要挑战和困难
- 2、分析：为什么普通人也可以成为不错的演讲与交流者
- 3、优秀演讲者的层次
 - 1) 演讲者的进化之路
 - 2) 自信的演讲者和富有感染力的演讲者
- 4、演讲者的修炼之路
 - 1) 初级修炼：自信、从容、明白无误地传递信息
 - A. 控制恐惧、驾驭情绪
 - B. 语言、目光、动作
 - C. 台下练习心态与方式
 - D. 演讲与交流准备
 - E. 演讲过程控制
 - F. 实战经验集
 - G. 课堂演练、点评、指导（全体学员参与）

- 2) 中级修炼：展现商业影响力，赢得关键客户人员满意和信赖
 - A. 台下的准备
 - ◇ 培养自己的演讲和沟通风格
 - ◇ 外表包装
 - ◇ 展示自己的专家气质：理顺自己和幻灯片的关系
 - ◇ 如何分析客户听众
 - B. 台上的表现
 - ◇ 如何与专业观众双向沟通
 - ◇ 说服式演讲技能修炼
 - ✓ 语言：逻辑、材料组织、用词、语气和内容连接
 - ✓ 现场说服策略——以客户真实需求为导向的引导
 - C. 实战经验集
 - ◇ 对客户交流的经验集
 - ◇ 对内部同事进行宣讲的经验集
 - D. 课堂演练、点评、指导
- 3) 高级修炼：精彩呈现与高端客户引导
 - A. 优秀产品方案呈现者的标准
 - B. 呈现者的知识储备要求
 - C. 在竞争条件不利的情况下，比竞争对手更出彩：故事营销的力量
 - ◇ 精彩商业故事设计与成功讲述的原理
 - ◇ 商业应用（案例）故事剧本设计
 - ✓ 材料选择
 - ✓ 材料编辑
 - ✓ 精彩点设计：让产品和服务关键卖点嵌入客户的脑海
 - ◇ 商业应用（案例）故事呈现实战技巧
 - ◇ 课堂演练、点评、指导

第五部分 以终为始——后续跟进工作策略和持续提升交流效果

- 1、正式交流结束后的客户跟进工作的目的
 - 1) 解决客户深层次问题，巩固胜果

2) 乘胜追击，扩大战果

2、跟进工作的策略

1) 交流会结束后当天的任务

- A. 交流效果初次评估
- B. 遗留问题答复分工
- C. 向客户提供专业的交流会议备忘录

2) 拜访未到会的关键人员

- A. 约见重要领导、完成一对一专业交流
课堂演练：拜会客户决策者、现场咨询与引导
- B. 约见关键的非领导人员、完成小规模专业交流

3) 再次约见到会人员

- A. 收集客户对我方的看法和建议
- B. 收集客户对友商的同类活动的看法和意见

4) 汇聚新信息，修正工作策略

- A. 再次评估汇报会效果
- B. 调整下一步引导工作策略
- C. 工作分工
- D. 信息记录、整理与分享