

组织驱动、体系制胜

——以客户为中心的营销体系建设与管理

【课程背景】

营销体系的效率与战斗力，直接决定了企业在市场上的竞争力，甚至关系到企业的生死存亡。可是，很多公司的营销体系，还依赖于老板的督促和事必躬亲，才能取得客户的认可。为此，企业管理者大伤脑筋。

最近几年，随着华为公司逐步走入大众视野，其以客户为中心的企业文化和战略思想，受到越来越多的企业重视。其实，早在十年之前，华为就凭借着其在运营商领域的卓越成就，跻身世界五百强，并成为通信领域的全球第一。这其中，华为公司的营销体系与运营管理，是其取得成功的关键因素之一。因此，很多公司对华为充满了好奇，并希望学习华为的成功经验。那么，华为公司有哪些值得借鉴和学习的方面？如何结合自己的实际情况，创新以客户为中心的营销体系，提升公司的营销管理效率和竞争力？本次培训将为您解答这些问题。

【课程收益】

- 1、理解以客户为中心的文化内涵
- 2、了解华为公司的矩阵式营销架构
- 3、了解华为营销体系下的部门职能定位
- 4、掌握营销体系的业务运营与管理方法论
- 5、掌握营销体系的发展演化与创新方法论
- 6、提升公司的营销体系管理效率和竞争力

【授课时长】 7小时

【授课对象】 公司董事长、总经理、销售副总、销售总监

【课程特色】 理论与实战相结合；方法与案例相结合；可操作性强

【课程大纲】

一、以客户为中心的文化与战略

- 1、客户定位与商业模式分析
- 2、不同岗位的价值体现形式
- 3、什么是客户为中心？
 - 以客户为中心的四个内涵

- 以客户为中心的四个理由
- 以客户为中心的典型外部表现
- 以客户为中心的內部实现机制

二、华为公司的营销体系介绍

- 1、华为公司的营销组织架构
- 2、营销部门的职能与方法论
 - 客户行销体系的职能与方法论
 - 产品营销体系的职能与方法论
 - 客户服务部门的职能与方法论
- 3、职能部门定位与价值

三、营销体系的运营管理

- 1、品牌营销与企业文化品牌输出
- 2、业务拓展与销售管理
 - 华为销售管理的关键抓手
 - 重大项目管理机制
 - 商务授权体系与价格管理
- 3、绩效管理 with 价值分配
 - 绩效目标设定与考评
 - 绩效反馈与绩效辅导
 - 员工价值评价与薪酬机制
- 4、多轮驱动的体系运营机制

四、营销体系组织发展与职能演化

- 1、产品营销部的发展、裂变与融合
- 2、客户行销部的裂变与组织发展
- 3、华为公司的组织创新与运营管理
 - 人力资源体系的机制创新
 - 财经体系的机制创新
 - 行政管理与业务管理的双机制运营

五、研讨：自己公司的营销体系建设

- 1、公司当前的主要矛盾分析
- 2、战略分解后的组织建设重点分析
- 3、今后的体系建设工作计划