

家庭宽带融合业务营销技巧培训

(讲师：杨睿)

培训目标：

通过本课程的学习，了解新形势下的宽带及家庭市场的竞争状况；基于家庭市场的分析，掌握将具体的家庭宽带与其他业务进行融合营销的思路和方法；了解基于数据分析的宽带市场细分与客户需求、卖点提炼方法；学习宽带用户规模拓展策略与营销技巧；掌握宽带、家庭及融合业务融合营销策略及“终端+宽带”融合营销策略及方式；进行基于融合的家庭宽带、家庭及融合业务家庭市场营销拓展提升训练；学习宽带驻点营销及扫街、扫楼、入户营销技巧。

课程对象：渠道销售经理、客户经理

课程时长：2天/期

课程大纲：

第一部分、5G背景下移动融合宽带发展形势与家庭市场拓展策略分析

- 1、当前形势下竞争环境分析与移动宽带的发展定位营销机遇与挑战
- 2、移动宽带市场发展形势与宽带市场营销策略规划
- 3、移动宽带发展优势与市场机遇分析
- 4、移动宽带资源建设、宽带融合发展模式与渠道发展突破
- 5、基于融合业务的家庭产品营销拓展策略

6、江苏浙江四川河南移动宽带融合业务及家庭市场发展模式介绍

第二部分、家庭宽带及融合业务市场分析与思路突破

- 1、家庭市场区域属性认识与分析原则
- 2、家庭市场的市场容量预估
- 3、宽带市场的市场拓展关键因子解析：新增、存量和质量
- 4、家庭产品的主要卖点解析
- 5、移动宽带销售口径卖点提炼
- 6、案例分析：电信宽带卖点与移动宽带卖点全解析

第三部分、客户宽带消费心理把握与需求痛点分析

- 1、客户宽带业务的消费感性心理与理性心理
- 2、客户办理宽带业务的便宜实惠心理的利用
- 3、客户宽带业务办理的从众心理引导
- 4、对客户异网宽带的资费高痛点挖掘与放大
- 5、基于用户痛点的营销宣传口径设计与营销应用
- 6、客户办理宽带的购买心理模型与路径解析
- 7、客户宽带业务需求核心痛点与购买心理路径
- 8、目标客户—需求痛点—消费心理—购买路径—营销策略

第四部分、宽带用户规模拓展策略与营销技巧

- 1、宽带市场目前存在的主要问题及其原因分析
- 2、宽带规模拓展与深度运营理论基础——精准营销
- 3、宽带规模拓展的方法：主动出击、信息摸底、针对性分析、有的放矢
- 4、深度捆绑策略实施“以一为主、综合捆绑”融合捆绑策略
- 5、宽带发展的制胜法宝——找准目标用户，实施顾问式营销技巧和精准服务
- 6、宽带客户需求引导与反抢策略
- 7、宽带营销技巧

第五部分、宽带、家庭及融合业务融合营销策略

- 1、各运营商对家庭客户群的融合策略
- 2、产品融合：基于家庭客户的需求与融合策略
- 3、渠道融合：多渠道协同营销
- 4、传播融合：全业务的传播融合策略（案例演示）
- 5、服务融合：服务融合策略、定义及关键要素

第六部分、宽带营销团队的思维拓展与激情动力激发

- 1、新形势下宽带营销的预售建设销售策略

- 2、移动宽带业务发展的统谈统签批量化发展模式
- 3、宽带营销的资源整合与异业联盟发展模式
- 4、宽带业务的移动互联网宣传营销一体化推广
- 5、宽带营销团队压倒性发展理念方法的团队激情激发
- 6、宽带营销劳动竞赛激发营销动力
- 7、宽带营销提成和酬金激发宽带发展动力
- 8、宽带营销团队的团队建设与活动激发团队激情与动力

第七部分、基于融合的宽带、家庭及融合业务家庭市场营销拓展提升

- 1、家庭市场营销管理之营销模式的选择
- 2、家庭市场拓展组合拳
 - 路演营销模式与应用说明/实例：宽带路演的关键步骤
 - 一对一营销模式与应用说明/实例：视窗式“四步法”
 - 集中讲座式：如何召集小区人员开展讲座工作
 - 精准营销模式与应用说明/实例：异网宽带的营销工作
 - 户推模式与应用说明/实例：异网策反
 - 病毒营销模式与应用说明/实例：移动之家的营销推广团购手机
 - 电话营销与脚本制作/实例：广东移动电话营销冠军电话外呼话术分

析

第八部分、联合渠道驻点及商扫村宽带业务发展策略和方法

- 1、渠道人员联合渠道商村主任扫村策略
- 2、扫村走访老客户发展新客户的口碑介绍营销方法
 - 联合渠道商进行深度扫村的宽带拼团营销
 - 渠道商组织外呼的营销规划与外呼脚本编写及应用
 - 渠道商加微信建微信群的互联网营销策略
- 3、中小集团驻点宽带营销
 - 乡政府，学校，医院的驻点融合套餐一体化营销
- 4、联合渠道商扫商铺挖掘目标客户一体化宽带营销
- 5、基于渠道商业务酬金提升的融合宽带营销推动策略
- 6、宽带资源未进入的村庄预售模式的宽带营销方法
- 7、留守人员融合宽带营销的方法与策略
- 8、宽带融合业务拓展的四大有效路径
- 9、农村宽带+赚钱工具的营销策略与方法

第九部分、宽带驻点营销及扫街、扫楼、入户营销

- 1、宽带驻点营销方式选择

2、集团驻点营销

- 案例分析：工业园驻点营销——热情主动服务，挖掘客户需求，推荐合适产品
- 案例分析：高校区驻点营销——与竞争对手唱对台戏，在产品、宣传、现场氛围取得优势

3、社区驻点营销

- 案例分析：宽带小区营销——借助物业力量推广宽带

4、扫街、扫楼、入户营销的关键要领——信息摸排

- 城区扫街案例——扫街的宣传效果更深入人心

5、“三维一体”摸排体系：卖给谁、卖什么、怎么卖

- 市场资源盘点——街道、单元楼，合作商、竞争对手等

6、信息摸排维护

- “三圈三问三辅导”实效性摸排维护和拜访

7、入户营销，客户信任是关键

8、教你一眼辨别客户，判定客户性格 精准营销

结束：课程总结与答疑

