

《建筑工程企业数字驱动的高效市场营销》

课程大纲：

一、工程企业营销数字化转型的目标与工具

- 1.1 数字化转型存在的问题
- 1.2 数字化转型的方向与目标
- 1.3 数字营销和销售渠道数字化的工具

二、数字技术改变营销管理

- 2.1 客户关系管理的演变
- 2.2 无线与“移动革命”
- 2.3 互联网对营销的影响

三、基于数字技术的市场营销

- 3.1 建立以客户为中心的营销平台
- 3.2 专注于正确的客户
- 3.3 提高沟通质量
- 3.4 了解客户行为模式
- 3.5 改变品牌管理方法
- 3.6 改变定价理念
- 3.7 创造与客户互动的机会
- 3.8 建立客户关系
- 3.9 测量绩效

四、数字技术支持销售活动

- 4.1 潜在客户管理
- 4.2 主要分包商管理
- 4.3 机会管理
- 4.4 客户管理
- 4.5 报价管理
- 4.6 赢/输报告

五、数字技术改进销售管理

- 5.1 管理销售渠道
- 5.2 测量营销人员的有效性
- 5.3 优化销售区域
- 5.4 招聘与选拔营销人员
- 5.5 培训
- 5.6 销售预测

六、数字技术支持的大客户管理

- 6.1 选择大客户的标准
- 6.2 大客户管理的任务和技能
- 6.3 管理与大客户的关系
- 6.4 大客户信息及规划

七、数字技术支持销售预测和预算

- 7.1 计划
- 7.2 销售预测
- 7.3 预算确定

7.4 预算分配

八、数字技术支持评估销售人员

8.1 销售人员评估流程

8.2 制定绩效标准

8.3 收集信息

8.4 绩效指标

8.5 评估面谈

九、实践练习与案例研讨