

---

## 华为销售方法论与项目型销售实操

课程名称：华为销售方法论与项目型销售实操

课程背景：

近年来，华为公司异军突起，成为中国企业走出去的旗帜。华为公司以2万元起家，短短30年发展成为国际通信行业领先的设备商与承包商，其成长轨迹离不开强大的方法论指引和支持，其中尤以其独特的销售方法论为最。“以客户为中心”、“铁三角式销售运作”、“听到炮声的人来呼唤炮火”等销售管理思维和模式近年来以脍炙人口、风靡业界。

后疫情时代，面对复杂的国际政经局势，中央审时度势，提出“经济内循环为主体、内外双循环相互促进”的新战略，这将对我国诸多行业带来较大的影响。市场开发工作是大多数行业最为重要的一个环节，面对新的形势和挑战，学习华为这样优秀企业的销售方法论，重新审视我们公司市场开发过程中的各个环节，消化与借鉴华为大项目开发优秀的经验与方法，在不断变化的市场环境找到创新的通道，逆市而上，就显得尤为必要。

**课程时间：**2天（12小时）

**教学形式：**讲师讲授、案例分析、讨论分享、营销工具演练

**适合受众：**

- ✓ 企业的中高层管理人员，市场营销骨干，其他商务、项目管理等相关人员等；
- ✓ 适用于工程承包、建筑材料、装备制造、ICT与软件、工程机械等行业。

**学员收益：**

- ✓ 全面、系统、深入的了解并掌握华为成长壮大的销售方法论；
- ✓ 掌握华为把握市场机遇的战略规划与战略洞察的方法；
- ✓ 掌握正确理解客户需求并高效呈现自身价值的方法；
- ✓ 掌握大客户关系构建与管理、取得客户信赖的方法；
- ✓ 掌握大项目运作的全套流程和成功打单的关键方法；
- ✓ 获得一系列实用的项目市场开发工具以指导日常工作。

**课程内容：**

**第一部分 华为销售成功的基础要素**

**第一章 认识华为与项目型销售的市场开发**

1、 从华为成长之路认识华为与华为营销

---

2、 华为营销的 OVIT 模型与成功的项目营销过程

3、 华为营销与项目型销售的异同点

## **第二章 机会论：华为如何把握市场机遇**

### **1、 华为解读**

- (1) 华为的战略规划步骤
- (2) 华为战略洞察的“5 看”
- (3) 华为战略制定的“3 定”

### **2、 课程输出**

- (1) 华为战略管理的“五看三定”模型
- (2) 华为战略分析各类常用管理分析工具

### **3、 案例分享与练习**

## **第三章 价值论：华为如何理解客户需求**

### **1、 华为解读**

- (1) 客户需求的二重性与正确理解客户需求
- (2) 客户需求的纵向发掘与横向发掘
- (3) 如何正确理解与分析战略大客户的需求

---

(4) 如何正确理解与分析政府客户的需求

(5) 如何正确理解与分析客户的个人需求

## **2、 课程输出**

(1) 挖掘客户需求的八个维度

(2) 战略大客户需求分析框架

(3) 政府客户的需求分析模型

(4) 关键客户非业务需求分析模型

## **3、 案例分享与练习**

### **第四章 信息论：华为如何呈现自身价值**

#### **1、 华为解读**

(1) 华为价值呈现的三大原则（饱和攻击、高标准、分层级精准打击）

(2) 华为的高标准品牌包装

(3) 华为的体系化信息传递

(4) 基于信息高强度传递的营销套路总结

(5) 基于信息高强度传递的组织经验沉淀

#### **2、 课程输出**

(1) 体系化信息传递的常用方式

- 
- (2) 信息传递的 FABE 模型
  - (3) 向高层传递信息的“一指禅”
  - (4) 常用的营销套路总结（借鉴版）
  - (5) 组织经验沉淀的常用方法与套路

### 3、 案例分享与练习

## 第五章 信任论：华为如何赢取客户的信赖

### 1、 华为解读

- (1) 销售人员如何落地“以客户为中心”
- (2) 华为的客户四个分类与大客户服务战略
- (3) 客户关系的三个层级与有效管理
- (4) 关键客户关系的构建与管理维护
- (5) 关键客户 DISC 分析与应对策略
- (6) 超越客户期望值：华为如何取得客户的信赖

### 2、 课程输出

- (1) 客户背景与需求分析表
- (2) 大客户档案目录
- (3) 客户关系构建与维系的四个步骤

- 
- (4) 客户关系提升目标路径图
  - (5) 关键客户关系现状评估标准
  - (6) 获得客户信任的 5 大基石
  - (7) 与关键客户建立信任的四种必要的沟通方式
  - (8) 与关键客户建立连接的 12 种常见方式
  - (9) 关键客户关系规划的四个步骤

### **3、 案例分享与练习**

## **第二部分 华为销售成功的项目运作**

### **第六章 品牌与市场活动**

#### **1、华为解读**

- (1) 华为市场拓展的 8 大方法与主要目的
- (2) 画出行业地图，明确大客户
- (3) 华为品牌市场活动综述

#### **2、课程输出**

- (1) 行业地图分析维度
- (2) 品牌传播目标群体与常见方式

#### **3、案例分享与练习**

---

## **第七章 从线索到需求**

### **1、华为解读**

- (1) 项目立项评估的四原则
- (2) 3类常见客户的不同应对策略
- (3) 华为项目的立项与策划
- (4) 初次拜访客户要点

### **2、课程输出**

- (1) 项目立项评估分析模型
- (2) 项目销售里程碑管理模型

### **3、案例分享与练习**

## **第八章 从接触到明晰**

### **1、华为解读**

- (1) 发展 coach 与建立多元信息渠道
- (2) 了解客户组织架构与采购流程
- (3) 客户决策链分析和锁定关键客户
- (4) SPIN 与获取客户关键需求

### **2、课程输出**

- 
- (1) 防止被客户“忽悠”的四种方法
  - (2) coach 的选择原则与选择范围
  - (3) 客户采购的常见内部流程
  - (4) 项目型客户决策链分析鱼骨图
  - (5) 锁定关键客户的分析维度与原则
  - (6) SPIN 成功运用的五种关键提问方式

### **3、案例分享与练习**

## **第九章 技术与商务突破**

### **1、华为解读**

- (1) 竞争情报获取与对手分析
- (2) 差异化营销方案制定
- (3) 影响客户的关键动作

### **2、课程输出**

- (1) 项目竞争对手情报搜集的五个维度
- (2) 竞争分析常用工具：SWOT、雷达图与利器-软肋模型
- (3) 项目竞争的4种常见战略
- (4) 差异化营销的7大维度

---

(5) 项目竞争常见的设置壁垒的方法

### 3、案例分享与练习

## 第十章 投标与竞争策略

### 1、华为解读

(1) 投标运作的整体过程

(2) 标前信息了解

(3) 明确投标目标

(4) 投标竞争的常见策略

(5) 制定和提交标书

### 2、课程输出

(1) 标前必须明确的 4 类信息

(2) 9 种常见的投标竞争策略

### 3、案例分享与练习

## 第十一章 商务谈判与签约

### 1、华为解读

---

(1) 商务谈判全流程介绍

(2) 商务谈判的三筹码

(3) 商务谈判的常见策略

(4) 如何突破价格的障碍

## 2、课程输出

(1) 商务谈判磋商的 4 个原则

(2) 常见的应对价格压力 8 个方法

## 3、案例分享与练习

# 第十二章 项目销售管理

## 1、华为解读

(1) 华为的商机储备与漏斗管理

(2) 华为的销售团队建设与管理

(3) 华为的内部资源调度与销售管理

## 2、课程输出

(1) 华为团队销售的两种形式：狼狈组合与铁三角

(2) 打造狼性团队的 6 要素

(3) 项目销售团队管理三要素

---

(4) 销售管理部的 5 大职能

### 3、案例分享与练习

## 第十三章 课程总结